Supplemento ordinario alla "Gazzetta Ufficiale,, n. 295 del 20 dicembre 2007 - Serie generale

Spediz. abb. post. 45% - art. 2, comma 20/b
Legge 23-12-1996, n. 662 - Filiale di Roma

GAZZETTA UFFICIALE

DELLA REPUBBLICA ITALIANA

PARTE PRIMA **Roma - Giovedì, 20 dicembre 2007** SI PUBBLICA TUTTI I GIORNI NON FESTIVI

DIREZIONE E REDAZIONE PRESSO IL MINISTERO DELLA GIUSTIZIA - UFFICIO PUBBLICAZIONE LEGGI E DECRETI - VIA ARENULA 70 - 00186 ROMA
AMMINISTRAZIONE PRESSO L'ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO - LIBRERIA DELLO STATO - PIAZZA G. VERDI 10 - 00198 ROMA - CENTRALINO 06 85081

N. 278

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DELIBERAZIONE 4 dicembre 2007.

Mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici: identificazione ed analisi dei mercati, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti ed individuazione degli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere. (Deliberazione n. 605/07/CONS).

DELIBERAZIONE 4 dicembre 2007.

Mercato al dettaglio dei Servizi di accesso ad internet in modalità *DIAL-UP*. Identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere. (Deliberazione n. 606/07/CONS).

SOMMARIO

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DECRETI E DELIBERE DI ALTRE AUTORITÀ

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DELIBERAZIONE 4 dicembre 2007.

Mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici: identificazione ed analisi dei mercati, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti ed individuazione degli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere. (Deliberazione n. 605/07/CONS).

L'AUTORITÀ
PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Nella sua riunione di Consiglio del 4 dicembre 2007;

Vista la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante «Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo»;

Visto il decreto legislativo 1º agosto 2003, n. 259, recante «Codice delle comunicazioni elettroniche», pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 215 del 15 settembre 2003;

Vista la Raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi nell'ambito del nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche, relativamente all'applicazione di misure *ex-ante* secondo quanto disposto dalla direttiva 2002/21/CE dell'11 febbraio 2003, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee L 114 dell'8 maggio 2003;

Vista la delibera n. 118/04/CONS del 5 maggio 2004, recante «Disciplina dei procedimenti istruttori di cui al nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 116 del 19 maggio 2004;

Vista la delibera n. 373/05/CONS del 16 settembre 2005, che modifica la delibera n. 118/04/CONS recante «Disciplina dei procedimenti istruttori di cui al nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 230 del 3 ottobre 2005;

Vista la delibera n. 731/06/CONS del 19 dicembre 2006, che apporta «Ulteriori modifiche alla delibera n. 118/04/CONS recante Disciplina dei procedimenti istruttori di cui al nuovo quadro regolamentare delle Comunicazioni elettroniche»;

Vista la delibera n. 217/01/CONS del 24 maggio 2001, recante «Regolamento concernente l'accesso ai documenti» pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 141 del 20 giugno 2001;

Vista la delibera n. 335/03/CONS del 24 settembre 2003, recante «Modifiche e integrazioni al regolamento concernente l'accesso ai documenti approvato con delibera n. 217/01/CONS», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 240 del 15 ottobre 2003;

Vista la delibera n. 453/03/CONS del 23 dicembre 2003, recante il «Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all'art. 11 del decreto legislativo 1º agosto 2003, n. 259», pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 22 del 28 gennaio 2004;

VISTA la delibera n. 417/06/CONS del 28 giugno 2006, recante «Mercati della raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere (mercati n. 8, 9 e 10 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della commissione europea)», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 208 del 7 settembre 2006;

Considerato che la Commissione europea, nel parere SG-Greffe (2006) D/202771 del 24 maggio 2006 relativo allo schema di provvedimento sui mercati della raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa (mercati n. 8, 9 e 10), ha ricordato all'Autorità la necessità di notificare gli esiti dell'analisi di mercato sulla base di quanto disposto dall'art. 7, comma 3, della Direttiva Quadro;

Vista la delibera n. 588/06/CONS del 27 settembre 2006, recante «Avvio del procedimento istruttorio di Identificazione ed analisi dei mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici» ai sensi degli art. 18 e 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 239 del 13 ottobre 2006;

Vista la delibera n. 37/07/CONS del 25 gennaio 2007, recante «Modifiche alla delibera n. 588/06/CONS concernente l'avvio del procedimento «Identificazione ed analisi dei mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici» ai sensi degli art. 18 e 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana n. 44 del 22 febbraio 2007;

Vista la delibera n. 288/07/CONS del 6 giugno 2007, recante «Consultazione pubblica sull'identificazione ed analisi dei mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici, sulla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 142 del 21 giugno 2007;

Vista la delibera n. 289/07/CONS del 6 giugno 2007, recante «Proroga dei termini del procedimento istruttorio di cui alla delibera 588/06/CONS relativo alla Identificazione ed analisi dei mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 141 del 20 giugno 2007;

Vista la delibera n. 352/07/CONS dell'11 luglio 2007 recante «Disposizioni organizzative riguardanti il pro-

cedimento istruttorio di «Identificazione ed analisi dei mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici», avviato con delibera n. 588/06/CONS», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana n. 178 del 2 agosto 2007;

Ritenuto necessario, ai sensi dell'art. 11 del Codice delle comunicazioni elettroniche, consentire alle parti interessate di presentare le proprie osservazioni sugli orientamenti dell'Autorità in merito al tema in esame;

Visto il contributo prodotto da Telecom Italia Sparkle nel corso della consultazione pubblica;

Considerate le risultanze della consultazione pubblica e le valutazioni dell'Autorità contenute nell'Allegato A alla presente delibera;

Considerato che il provvedimento concernente i «Mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici: identificazione ed analisi dei mercati, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e individuazione degli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere», adottato dall'Autorità in data 9 ottobre 2007, è stato inviato all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) ed alla Commissione europea ed ai Paesi membri in data 12 ottobre 2007;

Visto il parere dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, pervenuto in data 14 novembre 2007, relativo allo schema di provvedimento concernente «Mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici: identificazione ed analisi dei mercati, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e individuazione degli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere»;

Considerato che l'AGCM preliminarmente concorda con l'Autorità in merito alla scelta di approfondire l'analisi delle condizioni concorrenziali nell'offerta del servizio di terminazione internazionale a livello di singole direttrici di traffico, e quindi condivide sia la definizione dei mercati rilevanti, sia l'approccio adottato dall'Autorità di definire il quadro complessivo dei vincoli competitivi nella fornitura del servizio di terminazione internazionale attraverso la considerazione congiunta di una varietà di elementi;

Considerato che, infine, l'AGCM condivide le conclusioni a cui l'Autorità è pervenuta in merito al prevalere di condizioni di mercato tali da non giustificare l'imposizione di obblighi di regolamentazione *ex ante*;

Vista la lettera della Commissione europea SG-Greffe (2007) D/206909 del 9 novembre 2007, relativa allo schema di provvedimento concernente «Mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici: identificazione ed analisi dei mercati, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e individuazione degli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere»;

Considerato che la Commissione comunica, nella propria lettera, di non avere commenti sull'analisi di mercato e che, secondo quanto stabilito dall'art. 7, comma 5, della Direttiva 2002/21/EC, l'Autorità può adottare la decisone finale e, in tal caso, comunicarla alla Commissione;

Udita la relazione dei commissari Gianluigi Magri e Roberto Napoli, relatori ai sensi dell'art. 29 del regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

Delibera

Art. 1.

Identificazione del mercato rilevante

1. L'Autorità adotta l'analisi dei mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici, svolta tenendo in massima considerazione la raccomandazione relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche e le linee direttrici, ai sensi dell'art. 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

2. Il testo dell'analisi di mercato di cui al comma precedente è riportato nell'allegato A alla presente delibera e ne costituisce parte integrante ed essenziale.

3. L'Autorità definisce 217 mercati rilevanti relativi al servizio all'ingrosso di instradamento e terminazione internazionale, uno per ogni direttrice internazionale di destinazione delle chiamate, così come elencati nell'Allegato B1.

4. I mercati relativi al servizio di terminazione internazionale verso singole direttrici hanno dimensione nazionale.

Art. 2.

Suscettibilità del mercato alla regolamentazione ex ante

1. Dei 217 mercati rilevanti individuati, 112 mercati (elencati nell'Allegato B3) soddisfano cumulativamente i tre criteri identificati dalla Commissione europea al paragrafo 3.2. della raccomandazione (cd. *three criteria test*) affinché un mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*. Per 105 mercati rilevanti (elencati nell'Allegato B2) non risulta soddisfatto il secondo criterio, pertanto, tali mercati non sono suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

Art. 3.

Identificazione degli operatori aventi significativo potere di mercato

1. Nei mercati nazionali della terminazione internazionale verso singole direttrici sussistono condizioni di concorrenza effettiva.

2. Nessun operatore detiene un significativo potere di mercato nei mercati nazionali della terminazione internazionale verso singole direttrici, ai sensi dell'art. 17 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

La presente delibera è pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, nel Bollettino ufficiale dell'Autorità e nel sito web dell'Autorità www.agcom.it.

La presente delibera è trasmessa alla Commissione europea ed alle Autorità di regolamentazione degli Stati membri dell'Unione europea.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio ai sensi dell'art. 1, comma 26, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

Roma, 4 dicembre 2007

Il presidente: CALABRÒ

I commissari relatori: MAGRI - NAPOLI

ALLEGATO A
alla delibera n. 605/07/CONS

IDENTIFICAZIONE ED ANALISI DEI MERCATI DELLA TERMINAZIONE INTERNAZIONALE VERSO SINGOLE DIRETTRICI, VALUTAZIONE DI SUSSISTENZA DEL SIGNIFICATIVO POTERE DI MERCATO PER LE IMPRESE IVI OPERANTI E OBBLIGHI REGOLAMENTARI CUI VANNO SOGGETTE LE IMPRESE CHE DISPONGONO DI UN TALE POTERE

1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO E REGOLAMENTARE

1.1. *Quadro di riferimento normativo*

1. Il 24 aprile 2002 le Istituzioni europee hanno adottato il nuovo pacchetto regolamentare che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica.

2. Il nuovo Quadro regolamentare si compone di 5 direttive:

a) direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (2002/21/CE), c.d. «direttiva quadro»; [1)]

b) direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (2002/20/CE), c.d. «direttiva autorizzazioni»; [2)]

c) direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa all'accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all'interconnessione delle medesime (2002/19/CE), c.d. «direttiva accesso»; [3)]

d) direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (2002/22/CE), c.d. «direttiva servizio universale»; [4)]

e) direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 luglio 2002 relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (2002/58/CE), c.d. «direttiva protezione dati». [5)]

3. Nel contesto del nuovo quadro regolamentare, particolare rilievo rivestono altri tre atti, ovvero:

a) la raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi nell'ambito del nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche, relativamente all'applicazione di misure *ex ante* secondo quanto disposto dalla direttiva 2002/21/CE, adottata l'11 febbraio 2003 [6)] (di seguito, la Raccomandazione);

b) le linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, adottate dalla Commissione il 9 luglio 2002 [7)] (di seguito, le linee direttrici o linee guida);

c) la raccomandazione relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all'art. 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 23 luglio 2003 [8)] (di seguito, la raccomandazione sull'art. 7).

4. Il nuovo quadro normativo sopra delineato e, in particolare, la direttiva quadro, la direttiva accesso, la direttiva autorizzazioni e la direttiva servizio universale sono state recepite in Italia dal decreto legislativo 259/03 del 1° agosto 2003, recante «Codice delle comunicazioni elettroniche» [9)] (di seguito, anche il Codice).

5. La raccomandazione ha ad oggetto i diciotto mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi del settore delle comunicazioni elettroniche le cui caratteristiche sono tali da giustificare l'imposizione degli obblighi di regolamentazione *ex ante.* L'art. 15, comma 3 e l'art. 7, comma 4, della direttiva quadro prevedono che uno Stato membro, ove ricorrano particolari circostanze, possa identificare un mercato rilevante differente da quelli previsti dalla Raccomandazione. Tali disposizioni sono state recepite dall'art. 18 e dall'art. 12, comma 4 del Codice.

6. Le linee guida della Commissione illustrano alcuni criteri cui le Autorità nazionali di regolamentazione (di seguito, le ANR o le Autorità) devono fare riferimento nell'ambito delle analisi dei mercati di cui agli articoli 14, 15 e 16 della direttiva quadro, recepiti rispettivamente dagli art. 17, 18 e 19 del Codice. L'art. 14, in particolare, attribuisce alle ANR il compito di svolgere le analisi sul grado di sviluppo della concorrenza nei mercati individuati dalla Raccomandazione, volte ad accertare se le imprese che vi operano dispongano, singolarmente o congiuntamente, di un significativo potere di mercato.

7. Il nuovo quadro regolamentare riconosce che la prima fase del processo di liberalizzazione dei mercati è ormai conclusa e sancisce, pertanto, la convergenza tra disciplina regolamentare e disciplina antitrust, stabilendo un'analogia tra la definizione di significativo potere di mercato e quella di posizione dominante. Infatti, la direttiva quadro (considerando 25) indica che «la definizione di quota di mercato significativa di cui alla direttiva 97/33/CE (...) si è dimostrata utile nelle prime fasi di liberalizzazione dei mercati in quanto soglia che fa scattare alcuni obblighi *ex ante*, ma essa deve essere adattata per tenere conto di realtà di mercato più complesse e dinamiche. Per tale motivo la definizione di cui alla presente direttiva è equivalente alla nozione di posizione dominante enucleata dalla giurisprudenza della Corte di giustizia e del Tribunale di primo grado delle Comunità europee», laddove per posizione dominante si intende la «situazione di potenza economica grazie alla quale un'impresa che la detiene è in grado di ostacolare la persistenza di una concorrenza effettiva sul mercato di cui trattasi e ha la possibilità di tenere comportamenti alquanto indipendenti nei confronti dei suoi concorrenti, dei suoi clienti ed, in ultima analisi, di consumatori». [10)]. Richiamandosi a tale definizione, l'art. 14 della direttiva quadro stabilisce che «si presume che un'impresa disponga di un significativo potere di mercato se, individualmente o congiuntamente con altri, gode di una posizione equivalente ad una posizione dominante, ossia una posizione di forza economica tale da consentirle di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai concorrenti, dai clienti e, in definitiva, dai consumatori».

8. Il percorso che il nuovo quadro regolamentare delinea per l'analisi sulla concorrenzialità dei mercati richiede che le Autorità procedano dapprima alla definizione del mercato, sia per quanto riguarda i mercati identificati dalla Commissione come rilevanti in quanto suscettibili di regolamentazione *ex ante*, sia per ciò che concerne eventuali ulteriori mercati non inclusi in tale lista. Una volta definito il mercato dal punto di vista merceologico e geografico, si procede alla verifica della sussistenza di posizioni dominanti, individuali o collettive, al termine della quale le Autorità introducono, rimuovono o modificano gli obblighi regolamentari. Gli articoli 18 e 19 del Codice prevedono, in applicazione degli articoli 15 e 16 della direttiva quadro, che la definizione dei mercati rilevanti e l'analisi degli stessi debbano essere condotte tenendo nel massimo conto la Raccomandazione e le Linee

---

[1)] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 33.
[2)] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 21.
[3)] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 7.
[4)] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 51.
[5)] In GUCE L 201 del 31 luglio 2002, pag. 37. A queste direttive deve aggiungersi la direttiva della Commissione europea sulla concorrenza nei mercati delle reti e servizi di comunicazione elettronica del 16 settembre 2002 (2002/77/CE, c.d. «direttiva concorrenza», in GUCE L 249 del 17 settembre 2002, pag. 21), la decisione della Commissione europea del 29 luglio 2002 che istituisce il gruppo dei «Regolatori europei per le reti e i servizi di comunicazione elettronica» (2002/627/CE, in GUCE L 200 del 30 luglio 2002, pag. 38), la decisione del Parlamento europeo e del Consiglio del 7 marzo 2002 relativa ad un quadro normativo in materia di spettro radio nella Comunità europea (676/2002/CE, c.d. «decisione spettro radio», in GUCE L108 del 24 aprile 2002, pag. 1) e il Regolamento relativo all'accesso disaggregato alla rete locale del 18 dicembre 2000 (2887/2000/CE, in GUCE L 336 del 30 dicembre 2000, pag. 4).
[6)] In GUCE L114 del 8 maggio 2003, pag. 45.
[7)] In GUCE C 165 del 11 luglio 2002, pag. 6.
[8)] In GUCE L 190 del 30 luglio 2003, pag. 13.
[9)] Pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 214 ed entrato in vigore il 16 settembre 2003.
[10)] Sentenza United Brands del 14 febbraio 1978, causa n. 27/76, in Raccolta, 1978, pp. 207 e ss.

guida. In tal senso, la quota di mercato sarà uno degli elementi da prendere in considerazione al fine della verifica della sussistenza di una posizione dominante, dovendo le ANR analizzare tutta una serie di altri criteri, così come riportato nelle linee guida.

9. Gli obblighi regolamentari imposti in esito di ciascuna analisi di mercato rimarranno in vigore fino al termine dell'analisi di mercato successiva, [11] fatta salva la possibilità di procedere ad un'attività di revisione e verifica qualora l'Autorità lo reputi opportuno.

10. Le procedure per lo svolgimento delle analisi di mercato sono contenute negli articoli 6 e 7 della direttiva quadro, nella raccomandazione sull'art. 7, negli articoli 11 e 12 del Codice delle comunicazioni elettroniche, nonché nelle delibere dell'Autorità n. 335/03/CONS [12] e n. 453/03/CONS. [13] In particolare, viene previsto che, qualora l'Autorità intenda adottare provvedimenti che abbiano un impatto rilevante sul mercato di riferimento, le parti interessate possano presentare le proprie osservazioni sulla proposta di provvedimento, così come definito dall'art. 1, comma 2 della delibera n. 453/03/CONS, entro i termini stabiliti, comunque non inferiori a trenta giorni.

11. Al termine della fase di consultazione nazionale, la proposta di provvedimento viene inviata all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che rende il parere entro il termine di quarantacinque giorni [14] e contestualmente anche alla Commissione europea secondo quanto stabilito dalla delibera n. 373/05/CONS. In particolare, qualora l'Autorità intenda adottare un provvedimento che, tra l'altro, influenzi gli scambi tra Stati membri, rende accessibile il testo del provvedimento alla Commissione europea e alle altre ANR secondo quanto previsto dall'art. 7, comma 3 della direttiva Quadro che si possono esprimere entro il termine di trenta giorni.

12. Qualora la Commissione, durante la consultazione, abbia espresso un parere nel quale dichiara che la misura proposta crea barriere al mercato unico, ovvero potrebbe rivelarsi incompatibile con il diritto comunitario o con gli obiettivi di cui all'art. 8 della direttiva quadro, il provvedimento non può essere adottato per due mesi ulteriori, nel corso dei quali la Commissione (sentito il Comitato comunicazioni) può adottare una decisione motivata in cui chiede all'Autorità di ritirare il progetto. Diversamente, se nei due mesi la Commissione non si pronuncia, l'Autorità può adottare il provvedimento così come era stato notificato in origine.

13. In deroga alla procedura descritta sopra, le Autorità hanno la facoltà di adottare misure temporanee al fine di salvaguardare la concorrenza e tutelare gli interessi degli utenti. Tali misure dovranno comunque essere comunicate alla Commissione e alle altre Autorità e, in ogni caso, per essere trasformate da temporanee in permanenti, dovranno essere adottate seguendo la procedura di cui all'art. 12, commi 3 e 4 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

1.2. Quadro di riferimento regolamentare

14. Nel quadro normativo del 1998 (il c.d. quadro normativo ONP *Open Network Provision*) il servizio di terminazione internazionale era regolamentato nell'ambito del più ampio mercato unico dell'interconnessione, che faceva riferimento sia alle reti pubbliche di telefonia fissa (di cui al decreto del Presidente della Repubblica n. 318/1997, allegato A, parte 1) sia alle reti pubbliche di telefonia mobile (di cui al decreto del Presidente della Repubblica 318/97, allegato A, parte 3, primo capoverso). Il mercato nazionale dell'interconnessione comprendeva, quindi, i servizi di terminazione delle chiamate, nazionali ed internazionali, originate da reti fisse e mobili e terminate sulle reti, fisse e mobili, degli operatori concessionari o licenziatari, nazionali e internazionali.

15. La società Telecom Italia, in qualità di unico operatore di rete fissa notificato presso la Commissione europea come avente una notevole forza di mercato nel mercato dell'interconnessione negli anni 1999, 2000 e 2001 rispettivamente con le delibere n. 197/1999, 350/02/CONS e 160/03/CONS era l'unico operatore soggetto all'obbligo di pubblicazione nell'Offerta di Interconnessione di Riferimento (di seguito, OIR) delle condizioni tecniche ed economiche relative al servizio all'ingrosso di trasporto e terminazione internazionale delle chiamate dirette verso destinazioni estere.

16. L'Autorità, nell'ambito della valutazione dell'OIR relativa all'anno 1999, pur ribadendo l'obbligo per Telecom Italia di definire le condizioni economiche per il servizio di terminazione internazionale sulla base dei costi effettivamente sostenuti, ha consentito alla stessa Telecom Italia di aggiornare tali condizioni economiche (anche in relazione a singole tratte) «*ogni qualvolta si realizzi una modifica dei costi di terminazione su reti internazionali, dandone preventiva e documentata informativa all'Autorità*».

17. Successivamente, con delibera n. 13/01/CIR, l'Autorità ha rimosso l'obbligo di Telecom Italia di inserire nell'Offerta di Interconnessione di Riferimento le condizioni tecniche ed economiche per l'instradamento del traffico verso le seguenti direttrici: Stati Uniti, Canada, Svizzera, Norvegia e Paesi membri dell'Unione europea. Tale decisione discende dalla verifica dell'esistenza sulle suddette singole tratte internazionali di un numero sufficientemente elevato di concorrenti, di capacità trasmissiva in eccesso e di un sufficiente contropotere di acquisto da parte dei clienti. Pertanto, a partire dal 2001, le condizioni economiche del servizio di terminazione internazionale verso tali direttrici sono oggetto di negoziazione tra le parti.

18. Nell'ambito del nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche, l'Autorità - con la delibera n. 417/06/CONS e, in particolare, nel corso dell'analisi del mercato 9 (mercato della terminazione delle chiamate nella rete telefonica pubblica in postazione fissa) - ha individuato un mercato della terminazione internazionale separato dal mercato dei servizi di terminazione verso le reti fisse nazionali, a causa dell'assenza di sufficienti relazioni di sostituibilità, sia dal lato della domanda sia dal lato dell'offerta, tra le due tipologie di servizi. Inoltre, l'analisi dei tre criteri della Raccomandazione per la verifica della suscettibilità di regolamentazione *ex ante* ha condotto l'Autorità a disporre, nella suddetta delibera, che il mercato della terminazione internazionale non fosse suscettibile di tale regolamentazione. In particolare, il riscontro di un progressivo sviluppo di infrastrutture alternative a quelle dell'operatore *incumbent*, nonché la possibilità per gli operatori di dotarsi di infrastrutture proprie a costi non particolarmente elevati, ha indotto l'Autorità a ritenere che il mercato in esame fosse destinato a raggiungere un sufficiente grado di concorrenza in tempi brevi e che, quindi, il secondo criterio indicato dalla Raccomandazione per l'individuazione di un nuovo mercato suscettibile di regolamentazione *ex ante* non fosse soddisfatto. Alla luce delle suddette conclusioni, con la delibera n. 417/06/CONS l'Autorità ha revocato gli obblighi persistenti in capo a Telecom Italia relativamente al servizio di terminazione delle chiamate verso l'estero.

19. Tuttavia, poiché l'analisi delle condizioni concorrenziali del mercato della terminazione internazionale è stata condotta, come di consueto, su dati aggregati per zone tariffarie [15], l'Autorità non ha del tutto escluso la possibilità che alcune specifiche direttrici di traf-

[11] Da effettuarsi, in ogni caso, ogni diciotto mesi (artt. 19 e 66 del Codice delle comunicazioni).

[12] Delibera del 24 settembre 2003, recante «Modifiche e integrazioni al regolamento concernente l'accesso ai documenti, approvato con delibera n. 217/01/CONS» pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 15 ottobre 2003, n. 240.

[13] Delibera del 23 dicembre 2003, recante «Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all'art. 11 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259» pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 28 gennaio 2004, n. 22.

[14] Secondo quanto stabilito nell'accordo di collaborazione tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l'Autorità garante della concorrenza e del mercato in materia di comunicazioni elettroniche del 27 gennaio 2004, pubblicato sul sito web dell'Autorità.

[15] L'analisi ha fatto riferimento alla seguente articolazione per zone tariffarie prevista dalle offerte al dettaglio di Telecom Italia: ZONA 1 - Andorra, Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Liechtenstein, Lussemburgo, Norvegia, Paesi Bassi, Portogallo (incluse le Isole Azzorre e Madeira), Principato di Monaco, Regno Unito, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Canada e Stati Uniti d'America (tutti gli Stati); ZONA 2 -Albania, Bosnia, Bulgaria, Croazia, Repubblica Ceca, Cipro, Ungheria, Islanda, Gibilterra, Libia, Macedonia, Malta, Polonia, Romania, Repubblica Slovacca, Serbia e Montenegro, Isole Faroer, Tunisia; ZONA 3 - Algeria, Bielorussia, Estonia, Lettonia, Lituania, Moldavia, Marocco, Russia, Turchia, Ucraina; ZONA 4 - Australia, Cina, Hong Kong, Israele, India, Indonesia, Giappone, Corea del Sud, Nuova Zelanda, Palestina, Filippine, Taiwan, Timor Est, Malesia, Singapore, Thailandia; ZONA 5 - Argentina, Brasile, Cile, Colombia, Egitto, Messico, Perù, Sud Africa, Venezuela. Bolivia, Ecuador, Paraguay, Porto Rico, Arabia Saudita; ZONA 6 - Bahamas, Barbados, Bhutan, Comore, Eritrea, Etiopia, Laos, Micronesia, Montserrat, Repubblica Centrafricana, Siria, Sudan, Tutti i paesi non inclusi nelle altre zone; ZONA 7 - Cayman, Kiribati, Nuova Caledonia, Papua Nuova Guinea, Samoa, Ascension, Anguilla, Cook, Diego Garcia, Dominica, Figi, Guam, Guinea Bissau, Haiti, Isole Vergini Britanniche, Kampuchea (Cambogia), Marianne, Marshall, Mongolia, Myanmar (Birmania), Nauru, Nepal, Niue, Norfolk, Papua Nuova Guinea, Polinesia Francese, Saint Lucia, Saint Vincent e Grenadine, Salomone, Samoa Americane, Sao Tome' e Principe, Suriname, Tokelau, Tonga, Turks E Caicos, Tuvalu,Wallis e Futuna, Repubblica Democratica del Congo, Vanuatu.

fico fossero caratterizzate da un minore livello concorrenziale, in ragione dell'esistenza di problemi competitivi non risolvibili nel medio-lungo termine, per le quali solo un'analisi di maggiore dettaglio potrebbe rivelare la necessità di una regolazione *ex ante*. Per tali considerazioni, nella stessa delibera n. 417/06/CONS, l'Autorità ha ritenuto necessario disporre l'avvio di un'analisi del mercato per la terminazione internazionale verso singole direttrici, volta a verificare se effettivamente esistano direttrici che presentano ancora problematiche concorrenziali, per le quali sussistono le condizioni per una regolamentazione *ex ante*.

20. La Commissione europea, nella sua lettera di commenti [16] sullo schema di provvedimento relativo ai mercati della raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa (mercati n. 8, 9 e 10), ha condiviso la necessità di procedere con l'analisi del mercato della terminazione internazionale - da svolgere ai sensi dell'art. 7, comma 3, della Direttiva Quadro - invitando l'Autorità a comunicarne gli esiti.

21. Con la delibera n. 588/06/CONS, l'Autorità ha quindi avviato il procedimento relativo ai mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici volto alla definizione dei mercati rilevanti, all'individuazione dell'eventuale sussistenza di imprese in possesso di un significativo potere di mercato e, se del caso, all'imposizione di opportuni obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere. Inoltre, nell'allegato A alla suddetta delibera n. 588/06/CONS, l'Autorità ha invitato i soggetti interessati a far pervenire documenti e memorie preliminari utili per lo svolgimento del procedimento. Gli operatori che hanno inviato tale documentazione sono: Telecom Italia, Telecom Italia Sparkle (di seguito anche TI Sparkle) e Wind.

22. L'Autorità ha pubblicato la proposta di provvedimento relativa al mercato in esame (allegato B alla delibera n. 288/07/CONS), in data 11 giugno 2007 sul proprio sito web e in data 21 giugno 2007 nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana.

23. Il presente documento integra la proposta di provvedimento di cui all'allegato B della delibera n. 288/07/CONS (consultazione pubblica sull'identificazione ed analisi dei mercati della terminazione internazionale, sulla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere) con la sintesi dei contributi pervenuti in sede di consultazione nazionale e le relative valutazioni dell'Autorità. A tal proposito si fa presente che un solo operatore - Telecom Italia Sparkle - ha fatto pervenire le proprie osservazioni sulla posizione espressa dall'Autorità.

Osservazioni di carattere generale degli operatori alla proposta di provvedimento

24. In questa sezione si espongono le osservazioni di carattere generale alla proposta di provvedimento (allegato B alla delibera n. 288/07/CONS) formulate da Telecom Italia Sparkle nel documento di risposta alla consultazione pubblica. Le risposte ai singoli quesiti contenuti nel documento di consultazione sono riportate nelle successive sezioni.

25. TI Sparkle, richiamando integralmente i contributi già forniti in occasione dell'avvio del procedimento di analisi (delibera n. 588/06/CONS), evidenzia preliminarmente che il mercato della terminazione internazionale verso singole direttrici non è tra quelli individuati dalla Commissione Europea nell'elenco di cui alla Raccomandazione. Inoltre, TI Sparkle rileva che, ad oggi, in nessuno Stato membro dell'Unione Europea sono stati imposti obblighi regolamentari *ex ante* pertanto, l'eventuale imposizione di obblighi di questo tipo sui mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici, porrebbe gli operatori notificati in posizione di svantaggio rispetto ai propri concorrenti europei.

Valutazioni dell'Autorità

26. Per quanto riguarda la prima osservazione di TI Sparkle, l'Autorità, pur consapevole che i mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici non sono tra quelli indicati nella Raccomandazione, ravvisa l'esistenza di circostanze tali da giustificare l'identificazione di un mercato rilevante differente da quelli previsti dalla Raccomandazione, come ampliamente argomentato nelle sezioni relative al quadro di riferimento regolamentare e alla definizione del mercato rilevante.

[16] SG-Greffe (2006) D/202771 del 24 maggio 2006.

27. Per quanto riguarda la seconda osservazione, l'Autorità, considerata la dimensione geografica nazionale dei mercati rilevanti, ritiene che gli operatori nazionali non siano in concorrenza con gli operatori europei. Inoltre, dal momento che l'Autorità conferma l'orientamento espresso al punto 157 del documento di consultazione pubblica (allegato B alla delibera n. 288/07/CONS), le perplessità manifestate da TI Sparkle in merito all'imposizione di misure regolamentari *ex ante*, non sussistono.

2. Definizione del mercato rilevante

2.1. *Introduzione*

28. Secondo quanto previsto dal quadro normativo ONP non tutti i segmenti dell'industria delle telecomunicazioni soggetti a regolamentazione *ex ante* rappresentano «mercati» ai sensi del diritto della concorrenza. Il nuovo quadro regolamentare si fonda, invece, sul principio che i mercati da assoggettare a regolamentazione siano definiti conformemente ai principi delle norme europee sulla concorrenza.

29. In sintesi, nell'ambito della pratica del diritto della concorrenza, la definizione del mercato è quel processo il cui fine ultimo è di individuare un insieme di prodotti/servizi e loro fornitori (attuali e potenziali) che siano effettivamente alternativi per la soddisfazione di un determinato bisogno economico - delimitandone al tempo stesso l'ambito geografico di riferimento.

30. Nell'applicare tale approccio, l'Autorità riconosce la particolare importanza della valutazione del contesto competitivo in termini prospettici e tiene in debito conto il prevedibile sviluppo dell'innovazione, rispettando, al contempo, il principio di neutralità tecnologica. Tale orientamento appare fondamentale anche alla luce della crescente convergenza tecnologica che aumenterà il livello di sostituibilità tra i diversi servizi di comunicazioni elettroniche.

31. Il punto di partenza per la definizione e l'individuazione dei mercati è l'utilizzo del cosiddetto test del monopolista ipotetico, volto a valutare la sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta [17].

32. Il test viene applicato per stabilire se un contenuto, ma significativo incremento non transitorio del prezzo (small but significant non transitory increase in price, SSNIP) all'interno del mercato - partendo dalla sua definizione più restrittiva sia dal punto di vista merceologico sia dal punto di vista geografico - possa spingere i consumatori ad optare per altri prodotti/servizi sostitutivi ovvero indurre altre imprese a fornirli in un lasso di tempo molto breve. Se questo è il caso, i prodotti/servizi/fornitori alternativi vengono considerati appartenenti allo stesso mercato. Il test viene poi ripetuto fino a trovare quell'ambito merceologico e geografico tale che l'aumento del prezzo sia effettivamente sostenibile e profittevole per l'ipotetico monopolista.

33. Salvo casi eccezionali, l'Autorità applica il test del monopolista ipotetico assumendo che la variazione del prezzo sia pari al 10% e il corrispondente periodo nel quale tale variazione si realizzi sia pari a 18 mesi (cioè, la periodicità che il Codice impone per le analisi di mercato).

34. Nell'analisi del mercato dal lato dell'offerta, l'Autorità, coerentemente con quanto indicato nelle Linee guida, considera altresì la concorrenza potenziale. La differenza tra la concorrenza potenziale e la sostituibilità dal lato dell'offerta è che mentre quest'ultima - non richiedendo costi addizionali d'entrata - produce una risposta immediata alla variazione del prezzo, alla concorrenza potenziale sono associati costi irrecuperabili di ingresso sul mercato.

35. Una volta identificato il perimetro del mercato nella sua dimensione merceologica, il passo successivo nel processo di definizione dei mercati è la valutazione della loro dimensione geografica. Secondo la disciplina della concorrenza, il mercato geografico rilevante consiste in un'area in cui le condizioni concorrenziali (caratteristiche della domanda dei prodotti/servizi in questione e delle imprese attive/potenzialmente attive nell'offerta) sono simili o sufficientemente omogenee da permettere di distinguerla da aree adiacenti, in cui le condizioni prevalenti della concorrenza sono sostanzialmente diverse.

36. Per giungere alla definizione di tale area geografica l'Autorità, oltre che ad utilizzare la medesima metodologia discussa prima circa l'analisi della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta in risposta ad una variazione di prezzo, tiene conto di: *a)* l'area coperta dalle reti di comunicazione in questione; *b)* l'esistenza di strumenti di regolamentazione giuridici o di altro genere.

[17] Cfr. paragrafi 40-43 delle Linee guida

37. Infine, nel definire il mercato, l'Autorità tiene conto degli orientamenti antitrust comunitari e nazionali, considerando comunque che la definizione del mercato al fine della regolamentazione *ex ante* non è necessariamente coincidente con quella a cui si arriva - pur applicando i medesimi metodi di analisi ed ispirandosi agli stessi principi - nell'ambito della tutela ex post della concorrenza.

2.1.1. *Descrizione del servizio di terminazione internazionale verso singole direttrici*

38. Un operatore di comunicazione elettronica, per terminare una chiamata di un proprio cliente destinata all'estero, deve necessariamente interconnettersi - direttamente o indirettamente - alla rete dell'operatore del Paese di destinazione della chiamata. Nel caso di interconnessione diretta, tale operatore necessita di una o più centrali internazionali e di una rete di transito internazionale, che si estenda almeno fino al Paese di destinazione della chiamata. Nel caso di interconnessione indiretta, l'operatore dovrà interconnettersi alla rete di un operatore terzo che, a sua volta, ha il controllo di centrali ed infrastrutture di transito internazionale verso il Paese di destinazione. Naturalmente, anche l'operatore terzo può a sua volta avvalersi, per alcune direttrici, di servizi di transito internazionale offerti da altri operatori.

39. A livello impiantistico esiste un'ampia varietà di soluzioni tecniche adottabili sia per il trasporto internazionale sia per la commutazione. Per quanto riguarda il trasporto, la trasmissione può avvenire attraverso cavi internazionali (sottomarini o terrestri) o con trasmissioni satellitari. Nel caso della trasmissione via cavo, assume un particolare rilievo il punto di terminazione a cui gli operatori che impiegano servizi di terminazione internazionale devono attestarsi. Nel caso di cavi sottomarini, tali terminazioni sono dette cable stations o landing stations; nel caso di cavi terrestri, si parla invece di centrali internazionali. Inoltre, tali sistemi (cavi e centrali) possono essere di proprietà o presi in affitto e rappresentano degli *input* necessari per poter terminare le chiamate internazionali nei Paesi di destinazione.

40. Un operatore che non possiede una centrale internazionale in Italia ed una rete internazionale - di proprietà o noleggiata da terzi - mediante la quale poter interconnettersi, direttamente o indirettamente, con l'operatore del Paese di destinazione, deve acquistare il servizio all'ingrosso di terminazione internazionale per portare a destinazione le chiamate effettuate dai propri utenti verso l'estero.

41. Il servizio di terminazione internazionale consiste, dunque, nel servizio all'ingrosso di instradamento e terminazione delle chiamate destinate all'estero.

42. L'operatore che necessita di terminare le chiamate internazionali dei propri clienti e che non è in grado di instradarle in proprio, rilascia la comunicazione ad una centrale internazionale del fornitore del servizio di terminazione internazionale, il quale provvede poi ad instradarla verso la rete estera di destinazione. Il primo operatore paga, quindi, al secondo una tariffa di interconnessione, il cui importo varia principalmente a seconda del Paese di destinazione e della rete di comunicazione - fissa o mobile - su cui deve terminare la chiamata. Tale importo copre il servizio di instradamento della chiamata verso l'estero, nonché la remunerazione della terminazione dovuta alla rete di destinazione. La quota di remunerazione della terminazione, in quanto dovuta all'operatore di destinazione, rappresenta, per il fornitore del servizio, un costo esterno non evitabile.

43. A sua volta, l'operatore che fornisce il servizio di terminazione internazionale ha a disposizione diverse possibilità per acquisire gli *input* necessari per portare a destinazione la chiamata.

44. Per lungo tempo, l'offerta del servizio di instradamento e terminazione internazionale delle chiamate si è basata quasi esclusivamente sulla conclusione di accordi bilaterali con un operatore del Paese di destinazione. Tale modalità prevede che due operatori attivi rispettivamente nel Paese A e nel Paese B negozino contestualmente i prezzi praticati nel caso di una chiamata dal Paese A al Paese B e viceversa. In tale contesto, gli operatori definiscono anche le regole di condivisione dei costi relativi alle infrastrutture trasmissive internazionali coinvolte nei due servizi (A verso B e viceversa), ove le condizioni negoziate dipendono in genere dal grado di bilanciamento dei flussi di traffico. Secondo tale modalità gli operatori coinvolti sono, quindi, solo due: quello di originazione e quello di terminazione. Storicamente, tale modalità è quella adottata dagli operatori monopolisti o ex-monopolisti, in quanto in grado di scambiarsi elevati volumi di traffico.

45. Nel corso degli anni, si sono sviluppate metodologie di instradamento alternative del traffico:

a) Hubbing o Refile [18]. Tale modalità di fornitura consiste nell'instradamento indiretto del traffico internazionale, ossia per via di un terzo Paese intermediario. La chiamata proveniente dal Paese A e diretta verso il Paese B viene instradata attraverso un Paese terzo (Paese C), coinvolgendo quindi tre operatori:

- l'operatore del Paese di origine, che trasporta la chiamata - sulla rete PSTN o su linee affittate - ad un operatore intermediario;
- l'operatore intermediario, che inoltra la chiamata all'operatore di terminazione sulla propria rete internazionale;
- l'operatore di terminazione, che porta a destinazione la chiamata.

La modalità *hubbing o refile* prevede, pertanto, la conclusione di due accordi: uno tra l'operatore del Paese A e quello del Paese C e un altro tra l'operatore del Paese C e l'operatore del Paese B. La presenza di un Paese intermediario non rappresenta di per sé un'inefficienza nella fornitura del servizio. Il raggiungimento di elevati volumi di traffico di terminazione dal Paese C verso il Paese B può comportare il raggiungimento di elevate economie di scala - non direttamente ottenibili dal solo Paese A - tali da più che compensare il costo di intermediazione.

b) International Simple Resale (ISR). Si tratta di una modalità di interconnessione diretta che consiste nell'instradamento del traffico, da parte dell'operatore del Paese di origine (Paese A), su linee affittate o su circuiti proprietari interconnessi direttamente con un operatore del Paese di destinazione (Paese B) al quale si consegna la chiamata, che può essere differente dall'operatore di accesso a cui appartiene il numero chiamato. In tal caso, l'operatore al quale si è consegnata la chiamata si occupa di portarla a destinazione, secondo le modalità di interconnessione nazionale con l'operatore di accesso. Secondo tale modalità, l'operatore di originazione dispone dell'intero circuito internazionale (di cui si accolla integralmente il costo fisso) e sostiene i costi negoziati con l'operatore nel Paese B per l'interconnessione nazionale. In alcuni Paesi, la legislazione non consente tale modalità di instradamento e terminazione del traffico internazionale.

c) Utilizzo della propria rete internazionale. Si tratta di una modalità utilizzata da gruppi multinazionali che hanno una rete internazionale molto estesa, che serve le società del gruppo presenti nei vari Paesi (reti *crossborder*). In questo caso, l'operatore del Paese di origine instrada la chiamata sulla propria infrastruttura direttamente fino al Paese di destinazione. La società del gruppo ivi presente si occupa dell'instradamento nazionale secondo le norme dell'interconnessione ivi vigenti.

d) Utilizzo degli accordi di trasporto dati per transitare la voce convertita su *IP* (VoIP - *Voice over Ip bypass)*. Nell'ambito del trasporto dati, le modalità di transito internazionale sono tipicamente negoziate in modo da essere largamente indipendenti dall'origine dei pacchetti e dalla mole di dati scambiati. In tal senso, convertire il traffico vocale in IP e scambiarlo attraverso accordi di peering, assieme ai restanti flussi di traffico dati, può comportare un sostanziale annullamento dei costi del transito stesso. Tuttavia, è necessario sottolineare che tale modalità richiede, in primo luogo, che il traffico VoIP sia riconvertito in traffico PSTN nel Paese di destinazione, al fine di poter essere ivi instradato e terminato e, in secondo luogo, che tutti i passaggi attraverso le reti dati intermedie garantiscano una sufficiente qualità del servizio (in termini di ritardi e perdita di pacchetti). A dispetto dell'abbattimento dei costi di fornitura, il grado di sostituibilità di tale modalità di transito internazionale con le precedenti modalità varia caso per caso, in funzione delle garanzie in termini di qualità del servizio che il singolo operatore è in grado di offrire.

2.1.2. *Soggetti attivi dal lato dell'offerta e della domanda di mercato*

46. I soggetti attivi dal lato dell'offerta di mercato sono gli operatori che dispongono di un'infrastruttura di comunicazione internazionale - di proprietà o affittata da altri operatori - e che, in funzione della modalità di instradamento adottata, possono o meno aver stipulato accordi con gli operatori attivi nei Paesi di destinazione delle chiamate.

[18] Si noti che nel presente provvedimento la modalità *«Hubbing»* è considerata analoga alla modalità *«Refile»*, sebbene sia esistita una una sottile differenza, in quanto *refile* consente di trarre vantaggio dalla possibilità di effettuare arbitraggi tariffari.

47. I soggetti attivi dal lato della domanda di mercato sono, innanzitutto, gli operatori che vendono nel mercato al dettaglio i servizi telefonici internazionali e che non sono in grado di portare a destinazione le chiamate verso l'estero, in quanto non dispongono di una rete di comunicazione elettronica internazionale o, più in generale, di una delle menzionate modalità di instradamento verso i Paesi di destinazione delle chiamate. Pertanto, tali operatori, per vendere i propri servizi nel mercato al dettaglio, devono acquistare necessariamente il servizio all'ingrosso di terminazione internazionale.

48. Inoltre, il servizio di terminazione internazionale verso singole direttrici è acquistato anche dagli stessi soggetti che si presentano dal lato dell'offerta di mercato. Infatti, come sarà approfondito nel corso dell'analisi, si riscontra di frequente che un operatore, pur possedendo tutti gli i*nput* (infrastrutture/accordi di interconnessione) necessari per vendere il servizio di terminazione internazionale verso una particolare direttrice, potrebbe trovare più conveniente consegnare, a sua volta, il traffico che ha venduto, ad un altro operatore nazionale, che provvede a portare a destinazione la chiamata. Ciò potrebbe accadere, ad esempio, perché per quella direttrice l'operatore non raggiunge, in un determinato periodo di tempo, i volumi di traffico minimi per trovare conveniente la terminazione in proprio. In particolare, alcuni fornitori del servizio hanno dichiarato di confrontare costantemente i prezzi del servizio di terminazione applicati per le varie direttrici, soggetti a frequenti variazioni, al fine di decidere come fornire il servizio, se instradarlo in proprio o se acquistarlo da altri operatori che praticano il prezzo di terminazione più basso (modalità di *least cost routing*).

2.2. *Il mercato merceologico e geografico*

49. In linea con quanto indicato nella Raccomandazione, dal momento che la domanda di servizi all'ingrosso è una domanda derivata dalla domanda di servizi finali, una caratterizzazione del mercato al dettaglio è logicamente antecedente alla definizione del mercato all'ingrosso.

50. Pertanto, il punto di partenza per la definizione del mercato della terminazione internazionale è costituito dalla caratterizzazione del corrispondente mercato al dettaglio. A tal fine, saranno analizzati esclusivamente quegli elementi di differenziazione nel servizio offerto all'utenza finale suscettibili di influenzare la definizione del corrispondente mercato *wholesale*.

51. Coerentemente con quanto indicato dalla Commissione, nella definizione dei mercati *retail* e *wholesale* l'Autorità assume che vi sia assenza di regolamentazione a livello *wholesale*, al fine di evitare il problema potenziale della circolarità, ovvero che la valutazione del grado di concorrenza esistente a livello *wholesale* dipenda dalla caratterizzazione del mercato *retail*, ottenuta considerando gli obblighi regolamentari a livello *wholesale*, direttamente discendenti dall'esistenza di posizioni di dominanza nel mercato all'ingrosso.

2.2.1. *Caratterizzazione del mercato al dettaglio dei servizi telefonici internazionali*

52. Il servizio all'ingrosso di terminazione internazionale costituisce un *input* necessario per la fornitura dei servizi al dettaglio di telefonia internazionale.

Caratterizzazione del mercato del prodotto

53. Nella caratterizzazione del mercato al dettaglio dei servizi di telefonia internazionale è opportuno concentrare l'analisi su quegli aspetti che possono influenzare la definizione del mercato all'ingrosso collegato, oggetto del presente provvedimento, cioè:

- se i servizi telefonici internazionali da rete fissa costituiscono un mercato separato rispetto a quelli forniti da rete mobile;
- se i servizi telefonici internazionali forniti a clienti residenziali costituiscono un mercato separato rispetto a quelli forniti a clienti non residenziali;
- se le differenti direttrici internazionali di destinazione delle telefonate costituiscono mercati separati o se possono essere incluse in un unico mercato rilevante.

Sostituibilità tra servizi telefonici internazionali da rete fissa e servizi telefonici internazionali da rete mobile

54. L'Autorità ritiene che i servizi di telefonia internazionale al dettaglio forniti da rete fissa e quelli forniti da rete mobile costituiscano mercati al dettaglio differenti.

55. Infatti, dal lato della domanda di mercato, una telefonata internazionale da rete fissa non è percepita come un sostituto di una telefonata internazionale da rete mobile. Come osservato anche nelle altre analisi di mercato svolte da codesta Autorità in applicazione del nuovo quadro regolamentare - nonostante la progressiva integrazione tra servizi di telefonia fissa e mobile - l'abbandono della linea fissa a favore dell'uso esclusivo di una linea mobile rimane un fenomeno ancora marginale, in quanto sussistono sostanziali differenze di funzionalità (innanzitutto la mobilità) e di prezzo fra i due servizi. Sulla base di queste considerazioni, è improbabile che un incremento modesto, ma significativo, e non temporaneo del prezzo (*small but significant non transitory increase in price* - SSNIP) delle telefonate internazionali da rete mobile, da parte di un ipotetico monopolista, provochi una migrazione della domanda verso l'acquisto di telefonate internazionali da rete fissa, tale da rendere non profittevole l'aumento di prezzo. Allo stesso modo, l'Autorità ritiene che non via sostituibilità tra le due tipologie di servizi dal lato dell'offerta di mercato. Infatti, è molto improbabile che in seguito ad un aumento del prezzo relativo delle telefonate internazionali da rete mobile, gli operatori di rete fissa siano in grado di offrire, in un arco di tempo ragionevole e senza dovere sostenere ingenti investimenti, i servizi di telefonia internazionale da rete mobile, o viceversa.

56. Atteso che i mercati al dettaglio dei servizi di telefonia internazionale forniti da rete fissa e quelli forniti da rete mobile sono chiaramente distinti - i primi sono regolamentati ai sensi della delibera n. 380/06/CONS (relativa ai mercati n. 4 e 6 della Raccomandazione), i secondi non sono regolamentati - il servizio all'ingrosso di terminazione internazionale è sempre il medesimo, a prescindere dal fatto che la chiamata sia originata da rete fissa o da rete mobile. Infatti, in entrambi i casi si tratta della stessa prestazione tecnica che corrisponde al medesimo bisogno di terminazione della chiamata nel Paese estero di destinazione. In tal senso, l'individuazione dei suddetti mercati al dettaglio distinti è compatibile con la definizione - che si anticipa in parte - di un unico mercato all'ingrosso di terminazione internazionale comprendente le chiamate originate sia da rete fissa sia da rete mobile.

57. Pertanto, l'Autorità ritiene che la rete di originazione della chiamata internazionale - fissa o mobile - non rilevi ai fini della definizione del mercato all'ingrosso della terminazione internazionale.

Sostituibilità tra servizi telefonici internazionali forniti a clienti residenziali e servizi telefonici internazionali forniti a clienti non residenziali

58. In linea con le indicazioni della Raccomandazione e con le analisi dei mercati al dettaglio dei servizi forniti in postazione fissa (mercati da 1 a 6 della Raccomandazione), l'Autorità ritiene che i servizi di telefonia internazionale forniti a clienti residenziali e quelli forniti a clienti non residenziali costituiscano mercati al dettaglio differenti. Infatti, anche se da un punto di vista strettamente funzionale il servizio è lo stesso per le due tipologie di utenti, le esigenze complessive in termini di qualità del servizio ed assistenza differiscono sostanzialmente tra la clientela residenziale e quella non residenziale, rendendo di fatto non sostituibili i servizi di comunicazione forniti alle due tipologie di utenti dal lato sia della domanda sia dell'offerta.

59. Per quanto riguarda i servizi telefonici internazionali forniti al dettaglio in postazione fissa, l'Autorità nell'ambito dell'analisi di mercato di cui alla delibera n. 380/06/CONS (mercati n. 4 e 6 della Raccomandazione), ha individuato i seguenti mercati rilevanti:

a) il mercato nazionale dei servizi telefonici internazionali, disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa, per clienti residenziali;

b) il mercato nazionale dei servizi telefonici internazionali, disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa, per clienti non residenziali.

60. Sebbene la categoria di clientela di riferimento (residenziale/non residenziale) identifichi mercati al dettaglio distinti, l'Autorità ritiene che tale distinzione non influenzi la definizione del mercato all'ingrosso della terminazione internazionale. Infatti, la tipologia di clientela servita nel mercato al dettaglio determina unicamente delle differenze in termini di volumi di traffico instradato, di distribuzione del traffico nel corso della giornata (fascia *peak ed off peak*), nonché di esigenze in termini di qualità del servizio e di assistenza. Tali caratteristiche fanno sì che gli operatori tendano ad organizzare la propria offerta e le proprie politiche commerciali in funzione delle due diverse tipologie di clientela. La tipologia di clientela servita non richiede, invece, *input* a livello *wholesale* (elementi di rete/infrastrutture) diversi. L'Autorità ritiene, pertanto, che l'individuazione di mercati al dettaglio separati per clienti residenziali e non residenziali non sia rilevante ai fini della presente analisi.

61. In conclusione, l'Autorità ritiene che la tipologia di clientela servita (residenziale o non residenziale) non rilevi ai fini della definizione del mercato all'ingrosso della terminazione internazionale.

Sostituibilità tra le differenti direttrici internazionali di destinazione della chiamata

62. Le Linee Guida affermano che, ai fini della regolamentazione *ex ante*, quando si considera la dimensione dei mercati dei servizi di comunicazione elettronica internazionale al dettaglio o all'ingrosso, può essere opportuno considerare coppie di Paesi o di città come mercati separati [19]. Pertanto, si potrebbe pensare di caratterizzare il mercato al dettaglio dei servizi telefonici internazionali, segmentandolo in base a singole direttrici o gruppi di direttrici.

63. L'Autorità, partendo dall'ipotesi più restrittiva di caratterizzazione del mercato - che individua tanti mercati al dettaglio quanti sono i Paesi di destinazione delle chiamate - ha valutato le condizioni di sostituibilità esistenti, sia dal lato della domanda sia dal lato dell'offerta, tra i servizi di telefonia internazionale al dettaglio verso le differenti destinazioni, al fine di decidere se, e quali di esse, possano essere incluse in un unico mercato rilevante.

64. Dal lato della domanda, il recapito di una chiamata in un Paese di destinazione non può essere considerato sostituibile dal recapito della stessa chiamata in un altro Paese. Infatti, un consumatore finale che deve fare una telefonata dall'Italia verso un determinato Paese difficilmente reagirebbe ad un incremento modesto ma significativo e non temporaneo del prezzo (SSNIP) del servizio di telefonia verso tale direttrice, da parte di un monopolista ipotetico, acquistando il servizio di telefonia internazionale verso un altro Paese, qualunque esso sia. Pertanto, dal lato della domanda, i servizi di telefonia internazionale verso differenti Paesi andrebbero a costituire mercati rilevanti differenti.

65. Tuttavia, l'analisi di sostituibilità dal punto vista dell'offerta porta a conclusioni differenti. L'Autorità, infatti, evidenzia l'esistenza di vincoli al comportamento competitivo di un ipotetico monopolista, nella fornitura del servizio verso una determinata direttrice, provenienti dalle imprese attive nell'offerta di servizi di telefonia internazionale verso altre direttrici. In particolare, l'Autorità ritiene che uno SSNIP delle chiamate internazionali verso una particolare direttrice possa indurre le imprese fornitrici del servizio di chiamate internazionali verso altre direttrici ad offrire, in un arco di tempo ragionevole ed a basso costo, anche il servizio di telefonia verso la direttrice che ha subito l'incremento di prezzo, rendendo tale incremento non profittevole. Ciò perchè le imprese che già forniscono il servizio al dettaglio di telefonia internazionale verso una o più direttrici internazionali già dispongono di gran parte delle risorse necessarie per la fornitura del servizio che ha subito l'incremento di prezzo e possono, pertanto, procurarsi quegli *input* mancanti in un arco di tempo ragionevole e senza dover effettuare ingenti investimenti. A sostegno di tale affermazione, si osserva che tutti i fornitori di servizi di telefonia internazionale al dettaglio, offrono il servizio verso tutte le direttrici.

66. Alla luce delle considerazioni svolte, l'Autorità ritiene che non sia opportuno segmentare per singole direttrici il mercato al dettaglio dei servizi telefonici internazionali.

67. Su tale questione, si osserva che anche OFCOM - unica Autorità di regolamentazione in Europa ad aver individuato ed analizzato il mercato della terminazione internazionale nell'ambito del nuovo quadro regolamentare - ha attribuito maggiore importanza all'analisi di sostituibilità dal lato dell'offerta [20]. In particolare, tale analisi di sostituibilità ha indotto l'Autorità del Regno Unito ad individuare, in termini di direttrici, due tipologie di mercati al dettaglio: *i)* un mercato unico, per le direttrici che presentano condizioni concorrenziali a livello *wholesale*; *ii)* mercati distinti, per le direttrici che non presentano condizioni concorrenziali a livello *wholesale*. Ciò in quanto, solo per quelle direttrici in cui sono presenti condizioni concorrenziali all'ingrosso - condizioni che consentono l'approvvigionamento di *input* a livello di costo, e quindi, una relativa facilità di fornitura del servizio - si riscontra una sostituibilità dal lato dell'offerta.

68. Con riferimento alla presente analisi, l'Autorità osserva che la caratterizzazione di un unico mercato al dettaglio per tutte le direttrici di destinazione della chiamata, riflette le condizioni concorrenziali riscontrate al livello *wholesale* nell'ambito dell'ultimo intervento dell'Autorità (delibera n. 417/06/CONS), che non individua nel mercato della terminazione internazionale problemi di natura concorrenziale. Naturalmente, gli esiti della presente analisi di mercato potrebbero avere un impatto, in prospettiva, sulla nuova analisi dei mercati al dettaglio corrispondenti, in particolare, sui mercati n. 4 e 6 della Raccomandazione di cui alla delibera n. 380/06/CONS.

Caratterizzazione del mercato geografico

69. Con riferimento alla dimensione geografica, l'Autorità ritiene che il mercato al dettaglio dei servizi telefonici internazionali sia nazionale, in ragione della sufficiente omogeneità delle condizioni concorrenziali esistenti su tutto il territorio nazionale, con riferimento sia alla gamma dei servizi offerti sia ai prezzi praticati alla clientela finale.

70. In particolare, l'Autorità ritiene che, attualmente e nel periodo di riferimento di questa analisi di mercato, dal lato della domanda di mercato non esistano comportamenti/preferenze dei clienti, nonché modelli geografici di acquisto, che possano determinare l'esistenza di condizioni concorrenziali specifiche per ambiti territoriali particolari all'interno del territorio nazionale. Analogamente, dal lato dell'offerta di mercato, i principali operatori nazionali non fanno differenze nelle loro offerte commerciali in base alle zone geografiche di ubicazione della clientela chiamante, avendo un'offerta e una politica di prezzi omogenea a livello nazionale.

Conclusioni in merito alla caratterizzazione del mercato al dettaglio

71. Al fine dello svolgimento dell'analisi del mercato all'ingrosso del servizio di terminazione internazionale verso singole direttrici, l'Autorità caratterizza il corrispondente mercato al dettaglio come la domanda e l'offerta, sul territorio nazionale, dei servizi telefonici internazionali forniti in postazione fissa e mobile, ai clienti residenziali e non residenziali, per tutte le possibili destinazioni di chiamata.

2.2.2 *Definizione del mercato all'ingrosso del servizio di terminazione internazionale*

Definizione del mercato del prodotto

Sostituibilità tra le differenti direttrici internazionali di destinazione della chiamata

72. Come già riportato nell'ambito della caratterizzazione del mercato al dettaglio, le Linee Guida affermano che, per i servizi in esame, potrebbe essere opportuno considerare coppie di Paesi come mercati separati e, quindi, definire mercati del prodotto diversi per singole direttrici o per gruppi di direttrici [21]. Pertanto, per identificare la dimensione merceologica del mercato relativo ai servizi di terminazione internazionale, è necessario tenere in considerazione anche l'elemento geografico, derivante dalla molteplicità delle destinazioni geografiche in cui può essere terminata una chiamata verso l'estero. Di conseguenza, a differenza della maggior parte dei mercati dei servizi di comunicazione elettronica, per i quali nella definizione del mercato del prodotto non si fa riferimento ad alcun elemento geografico, nella presente analisi, la necessità di verificare se i servizi di terminazione internazionale verso le singole direttrici costituiscano un unico mercato rilevante o mercati separati rende più sfocati i confini tra la dimensione merceologica e quella geografica del mercato rilevante.

73. Come per la caratterizzazione del mercato al dettaglio, l'Autorità parte dalla definizione più restrittiva del mercato del prodotto, ovvero dall'identificazione di mercati separati per singole direttrici per poi valutare la necessità di estenderne i confini, raggruppando più direttrici nello stesso mercato, sulla base delle condizioni di sostituibilità esistenti dal lato della domanda e dell'offerta di mercato.

74. Le direttrici analizzate dall'Autorità sono quelle riportate nell'Offerta di Interconnessione di Riferimento (OIR) di Telecom Italia del 2006, cui sono state aggiunte le direttrici liberalizzate con la delibera n. 13/01/CIR (Stati Uniti, Canada, Svizzera, Norvegia, Paesi membri dell'Unione Europea [22]). Si è deciso di fare riferimento alle direttrici elencate nel listino di Telecom Italia in quanto si ritiene che queste abbiano costituito un punto di riferimento per tutti gli operatori del mercato.

75. Al fine di valutare il grado di sostituibilità esistente tra i servizi di terminazione internazionale verso le singole direttrici, si uti-

[19] Cfr. Linee Guida, paragrafo 61.

[20] Cfr. OFCOM, *Review of wholesale* international services markets, (2006).

[21] Cfr. paragrafo 56, e Linee Guida, paragrafo 61

[22] La direttrice "Unione europea" comprende i Paesi dell'Europa a 15. Costituiscono direttrici separate sia i Paesi che sono entrati a far parte dell'Unione europea nell'anno 2004 - cioè Cipro, Estonia, Lettonia, Lituania, Malta, Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Slovenia, Ungheria - sia quelli entrati nel 2007, cioè Bulgaria e Romania.

lizza il test del monopolista ipotetico per stabilire se un contenuto, ma significativo incremento non transitorio del prezzo (SSNIP) del servizio di terminazione internazionale verso una particolare direttrice, possa far migrare la domanda verso altre direttrici (sostituibilità dal lato della domanda), o anche indurre imprese non attive nel mercato relativo alla direttrice che ha subito l'incremento di prezzo, ad entrarvi in un lasso di tempo molto breve e con costi relativamente trascurabili (sostituibilità dal lato dell'offerta). Se questo è il caso, i servizi di terminazione internazionale verso direttrici alternative vengono considerati appartenenti allo stesso mercato.

76. L'Autorità ritiene che dal lato della domanda, il servizio di terminazione internazionale verso una particolare direttrice non sia sostituibile con quello verso un'altra direttrice, per ragioni analoghe a quelle illustrate nell'ambito della caratterizzazione del mercato al dettaglio: ad esempio, una chiamata dall'Italia verso l'Australia non può essere sostituita da una chiamata dall'Italia verso gli Stati Uniti. Pertanto, in seguito ad uno SSNIP del servizio verso una direttrice di traffico da parte di un monopolista ipotetico, non si assiste ad una migrazione della domanda di mercato verso altre direttrici tale da rendere l'incremento di prezzo non profittevole.

77. Dal lato dell'offerta di mercato, invece, l'analisi di sostituibilità analizza i vincoli competitivi che possono derivare ad un monopolista ipotetico (nella fissazione del prezzo del proprio servizio di terminazione verso una particolare direttrice) da imprese che non sono attive nel mercato, ma che possono decidere di entravi nel breve termine. Tali vincoli potrebbero derivare, ad esempio, sia dalle imprese che offrono il medesimo servizio nel mercato al dettaglio sia da quelle che offrono il servizio all'ingrosso di terminazione internazionale verso altre direttrici. A tal fine, l'Autorità ha valutato i costi che tali imprese dovrebbero sostenere per cominciare a fornire il servizio di terminazione internazionale verso la direttrice in questione (che ha subito lo SSNIP).

78. Se si considerasse unicamente la modalità tradizionale di fornitura del servizio di terminazione internazionale - basata sulla stipula di accordi bilaterali con gli operatori del Paese di destinazione della chiamata - si potrebbe concludere che non sussiste alcuna sostituibilità dal lato dell'offerta: imprese non attive nella fornitura del servizio di terminazione internazionale verso la direttrice che ha subito lo SSNIP, dovrebbero stipulare *ex novo* gli accordi con gli operatori del Paese di destinazione, e ciò non può avvenire in un arco di tempo ragionevole.

79. Tuttavia, come argomentato nel paragrafo 45, la modalità di instradamento e terminazione internazionale basata su accordi bilaterali è stata ormai affiancata, o per meglio dire superata, da numerose altre modalità di offerta del servizio (in particolare l'*hubbing*, ma anche l'ISR, ed il VoIP) che potrebbero ampliare i margini di sostituibilità esistenti dal lato dell'offerta, in quanto possono ridurre considerevolmente i tempi ed i costi di fornitura del servizio [23].

80. Al riguardo, in linea anche con la metodologia seguita da OFCOM per lo svolgimento della medesima analisi di mercato [24], l'Autorità intende svol gere questo tipo di considerazioni, più che nell'ambito della definizione del mercato rilevante, in sede di valutazione del significativo potere di mercato, al fine di comprendere quanto le diverse modalità alternative di instradamento e terminazione del traffico internazionale, a disposizione degli operatori, siano in grado di influenzare le condizioni di effettiva concorrenzialità esistenti nella fornitura del servizio di terminazione internazionale verso le singole direttrici. Infatti, sebbene possa apparire inusuale che considerazioni circa la definizione del mercato siano rimandate all'analisi della valutazione del significativo potere di mercato, l'Autorità, come indicato anche nell'ambito della delibera n. 417/06/CONS, ritiene che l'analisi del significativo potere di mercato nella fornitura del servizio di terminazione internazionale debba essere svolta necessariamente esaminando ogni singola direttrice separatamente, al fine di individuare l'esistenza di eventuali colli di bottiglia presenti nella fornitura del servizio dal lato del Paese di destinazione della chiamata.

[23] I clienti finali e, quindi, i fornitori di servizi di telefonia internazionale al dettaglio (la domanda del mercato) sono indifferenti rispetto alla modalità di fornitura del servizio, naturalmente a parità di qualità offerta. Dal punto di vista di un cliente finale, una chiamata instradata e terminata dall'Italia direttamente negli Stati Uniti è sostituibile con una chiamata che dall'Italia viene terminata negli Stati Uniti, attraverso il passaggio per un terzo Paese *(hubbing)*.

[24] Cfr. OFCOM, *Review of wholesale international services markets*, (2006).

81. Peraltro, la maggior parte degli operatori ha evidenziato, nel corso della consultazione pubblica di cui alla delibera n. 417/06/CONS, l'opportunità di condurre un'analisi di mercato maggiormente approfondita per direttrici, tesa a valutare l'effettivo grado di concorrenza esistente nell'offerta di terminazione di traffico internazionale sulle singole direttrici di traffico.

82. Alla luce delle suddette considerazioni, l'Autorità ritiene che la definizione del mercato del prodotto discenda principalmente dalle condizioni di sostituibilità presenti dal lato della domanda e, pertanto, che si debba definire un mercato rilevante per ciascuna direttrice di destinazione delle chiamate internazionali, così come elencate nell'Allegato B1 del presente documento.

Sostituibilità tra servizi di terminazione internazionale verso rete fissa e quelli verso rete mobile

83. Poiché la terminazione delle chiamate dall'Italia in un Paese estero può avvenire sia su rete fissa sia su rete mobile, l'Autorità ha valutato l'opportunità di segmentare ciascun mercato rilevante individuato in base alla tipologia di rete di terminazione (fissa o mobile).

84. A tal fine, l'Autorità ha analizzato le condizioni di sostituibilità esistenti sia dal lato della domanda sia dal lato dell'offerta.

85. Dal lato della domanda di mercato, l'Autorità ritiene che le due tipologie di servizio di terminazione - su rete fissa e su rete mobile - non siano sostituibili. Infatti, uno SSNIP del servizio di terminazione verso una delle due reti non determina una migrazione della domanda verso l'altra rete, tale da rendere non profittevole l'incremento di prezzo. Ciò perché la domanda del mercato all'ingrosso riflette la domanda del mercato al dettaglio e, per un cliente finale interessato alla terminazione della chiamata su rete fissa, il servizio di terminazione della chiamata su rete mobile non costituisce un sostituto, e viceversa.

86. Al contrario, l'Autorità ritiene che, dal lato dell'offerta del mercato, le due tipologie di servizio di terminazione siano sostituibili. La principale evidenza della sostanziale sostituibilità dei due servizi, dal lato dell'offerta, discende dal riscontro che molti operatori non sempre sono in grado di individuare la rete di terminazione del traffico internazionale venduto all'ingrosso, essendo «operatori intermediari», e non operatori che «terminano» in senso stretto la chiamata sulla rete di destinazione (fissa o mobile). Peraltro, per alcune modalità di fornitura del servizio, come l'*hubbing* o l'ISR, le infrastrutture coinvolte sono le stesse sia per la terminazione internazionale su rete fissa sia per quella su rete mobile. Di conseguenza, anche l'applicazione dello SSNIP test induce ad individuare un unico mercato, in quanto, in seguito ad un incremento di prezzo modesto ma significativo e non transitorio del servizio di terminazione verso una delle due reti (ad esempio quella mobile), gli operatori attivi nella fornitura del servizio verso l'altra rete (fissa) possono decidere facilmente di fornire anche il servizio che ha subito l'incremento di prezzo.

87. In virtù delle suddette considerazioni, l'Autorità ritiene che non sia opportuno segmentare i mercati della terminazione internazionale in funzione della rete di terminazione, fissa e mobile.

Conclusioni sulla definizione dei mercati del prodotto del servizio di terminazione internazionale

88. L'Autorità individua 217 mercati rilevanti relativi al servizio di terminazione internazionale - uno per ogni direttrice internazionale di destinazione delle telefonate - così come elencati nell'Allegato B1 della presente analisi di mercato.

1. SI CONDIVIDE L'ORIENTAMENTO DELL'AUTORITÀ IN MERITO ALLA DEFINIZIONE DEI MERCATI DEL PRODOTTO DEL SERVIZIO DI TERMINAZIONE INTERNAZIONALE VERSO SINGOLE DIRETTRICI?

Osservazioni degli operatori

89. TI Sparkle non condivide l'orientamento dell'Autorità in quanto ritiene che il mercato del prodotto del servizio di terminazione internazionale non debba essere distinto in 217 mercati rilevanti, bensì debba essere considerato un unico mercato sopranazionale.

90. Infatti, TI Sparkle, pur essendo in accordo con l'analisi svolta dall'Autorità circa la sostituibilità tra i servizi di terminazione internazionale su rete fissa e su rete mobile, manifesta alcune perplessità relativamente all'analisi di sostituibilità tra le differenti direttrici di

destinazione della chiamata. In particolare, l'operatore ritiene condivisibili le conclusioni raggiunte dall'Autorità nell'applicazione del test del monopolista ipotetico dal lato della domanda di mercato, ma non le conclusioni raggiunte applicando tale test dal lato dell'offerta di mercato. TI Sparkle rileva che la presenza di forme di instradamento alternative agli accordi bilaterali quali l'*hubbing*, l'ISR, il VoIP, rendono possibile la sostituibilità del servizio di terminazione internazionale dal lato dell'offerta. Di conseguenza, i servizi di terminazione internazionale verso direttrici alternative dovrebbero essere considerati appartenenti al medesimo mercato, mercato tendenzialmente globale o quanto meno distinto in gruppi di macro aree geografiche (Europa, Estremo Oriente, Africa, Medio Oriente, ecc.).

Valutazioni dell'Autorità

91. L'Autorità concorda con TI Sparkle in merito al fatto che le modalità di offerta del servizio alternative agli accordi bilaterali potrebbero ampliare i margini di sostituibilità dal lato dell'offerta. Tuttavia, come già argomentato al punto 80, l'Autorità ritiene che, nello specifico contesto, tali forme di instradamento sono valutate più che nell'ambito della definizione del mercato rilevante, in sede di analisi del significativo potere di mercato, al fine di comprendere quanto le modalità alternative di instradamento e terminazione del traffico internazionale, a disposizione degli operatori, siano in grado di influenzare le condizioni di effettiva concorrenzialità esistenti nella fornitura del servizio di terminazione internazionale verso le singole direttrici.

92. L'Autorità ritiene, quindi, di non poter accogliere la definizione più ampia del mercato proposta da TI Sparkle. Prima di concludere che le modalità di instradamento indiretto costituiscono un vincolo su tutte le direttrici, occorre considerare ogni direttrice separatamente, al fine di evidenziare la presenza di possibili colli di bottiglia dal lato della terminazione, che precludono la possibilità di un superamento dei tradizionali accordi bilaterali con le modalità alternative.

93. Inoltre, l'Autorità ricorda che l'opportunità di condurre un'analisi di mercato focalizzata su singole direttrici di traffico, era stata già auspicata da molti operatori nel corso della consultazione pubblica di cui alla delibera n. 417/06/CONS.

94. In virtù di tali considerazioni, l'Autorità conferma l'individuazione di 217 mercati rilevanti relativi al servizio di terminazione internazionale sia su rete fissa sia su rete mobile, uno per ogni direttrice di destinazione della chiamata.

Definizione del mercato geografico

95. Il mercato geografico comprende un'area in cui le condizioni della concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee e che può essere distinta dalle aree adiacenti, in cui le condizioni della concorrenza sono sostanzialmente diverse.

96. Nel caso dei mercati del prodotto identificati nella presente analisi, l'Autorità ritiene che le condizioni di fornitura del servizio siano sufficientemente omogenee sull'intero territorio nazionale in quanto non si riscontrano sostanziali differenze nella struttura della domanda e dell'offerta nelle diverse aree geografiche del territorio nazionale. Infatti, dal lato della domanda di mercato, non sussistono sostanziali differenze nei modelli di acquisto tra le diverse aree geografiche del Paese e, dal lato dell'offerta, si riscontra un'uniformità territoriale delle condizioni di fornitura del servizio di terminazione internazionale, in termini sia di disponibilità del servizio sia di politiche commerciali adottate dagli operatori.

97. Pertanto, l'Autorità non intende individuare segmenti di mercato regionali o sub-nazionali per i 217 mercati rilevanti individuati.

98. Per i mercati oggetto di analisi, la questione centrale è se i relativi confini geografici si estendano oltre i confini nazionali e, quindi, se tali mercati possano essere considerati di dimensione geografica sopranazionale.

99. Al riguardo, la presenza di operatori del mercato appartenenti a gruppi internazionali, con disponibilità di reti *crossborder* a livello europeo o continentale, così come l'ampio utilizzo di forme di instradamento indiretto delle chiamate da un Paese all'altro (*hubbing*), potrebbero indurre a ritenere che i mercati siano di dimensione sopranazionale. Tuttavia, l'Autorità ritiene che l'utilizzo di modalità di instradamento indiretto del traffico e di reti internazionali si riferisca più alle modalità di fornitura del servizio di terminazione internazionale, che all'individuazione della dimensione geografica dei mercati individuati. Infatti, richiamando quanto già osservato ai paragrafi 38 e 39, l'Autorità ribadisce che il servizio di terminazione internazionale viene attualmente offerto concludendo non solo accordi bilaterali con l'operatore del Paese di destinazione, ma anche utilizzando la propria rete internazionale o attraverso modalità di instradamento indiretto del traffico (es. *hubbing*). Tutte queste modalità costituiscono differenti alternative a disposizione degli operatori per approvvigionarsi degli *input* necessari per la fornitura del servizio. Pertanto, l'Autorità ritiene che, in un'ipotetica catena del valore, tali *input* si collocherebbero a monte del servizio di terminazione internazionale e, al più, possono influenzare le condizioni concorrenziali dei mercati in esame, ma non individuarne i confini geografici.

100. Alla luce delle suddette considerazioni - in linea con quanto già sostenuto nell'ambito della definizione del mercato del prodotto - l'Autorità intende valutare l'impatto delle modalità di instradamento indiretto del traffico internazionale nell'ambito dell'analisi del significativo potere di mercato e non nell'ambito della definizione dei mercati rilevanti.

101. Per verificare se i mercati individuati sono sopranazionali, in accordo con le linee guida della Commissione, l'Autorità deve valutare se le condizioni di concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee tra i vari Paesi, attraverso l'analisi della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta, come conseguenza di un incremento del prezzo relativo.

102. Dal lato della domanda, un incremento modesto ma significativo e non transitorio del prezzo (SSNIP) del servizio di terminazione internazionale fornito in Italia potrebbe, in teoria, indurre gli acquirenti del servizio ad approvvigionarsi da operatori attivi in altri Paesi, attraverso l'interconnessione della propria rete con quella di questi ultimi. Tuttavia, l'Autorità ritiene che in tale caso non si assisterebbe ad una sostituzione tra servizi equivalenti forniti in Paesi diversi, poiché l'approvvigionamento all'estero richiede l'utilizzo di risorse aggiuntive rispetto all'approvvigionamento in Italia, quali l'instradamento del traffico fino al punto di interconnessione estero (su infrastrutture di proprietà o prese in affitto).

103. Analogamente, dal lato dell'offerta, l'Autorità ritiene che non via sia sostituibilità: in seguito ad uno SSNIP, imprese attive nella fornitura del servizio in esame in Paesi attigui non sono in grado di cominciare a fornire il servizio in Italia in un breve arco temporale, e viceversa. Tali imprese dovrebbero, infatti, sostenere investimenti significativi, che richiedono comunque tempo, per creare propri punti di presenza in Italia e per concludere accordi di interconnessione con gli operatori presenti nel territorio italiano.

104. Infine, in merito alla definizione del mercato geografico, le linee guida affermano che «un mercato per la fornitura di servizi di collegamento bilaterale dovrà avere portata nazionale in quanto i modelli della domanda e dell'offerta dalle due parti corrisponderanno con tutta probabilità a diverse strutture di mercato» [25], e che «[...] potrebbe estendersi oltre i confini nazionali se i fornitori sono presenti su entrambi i lati del collegamento e sono in grado di soddisfare la domanda di entrambi» [26].

105. Al riguardo, ipotizzando che il servizio di terminazione internazionale possa essere assimilato ad un servizio di collegamento bilaterale - nonostante esso sia fornito non solo mediante la conclusione di accordi bilaterali, ma anche mediante forme di instradamento indiretto del traffico - l'Autorità ritiene che nella quasi totalità dei casi (direttrici e quindi mercati del prodotto) i fornitori non sono presenti su entrambi i lati del collegamento e non sono in grado di soddisfare la domanda di entrambi. Infatti solamente per alcune direttrici (alcuni Paesi europei) e, comunque, anche per queste ultime, solo alcuni operatori sono presenti sia nel Paese di origine che nel Paese di destinazione delle chiamate.

Conclusioni sulla dimensione geografica dei mercati del servizio di terminazione internazionale

106. L'Autorità ritiene che la dimensione geografica dei 217 mercati rilevanti per la fornitura del servizio di terminazione internazionale, elencati nell'Allegato B1, sia nazionale.

2. SI CONDIVIDE L'ORIENTAMENTO DELL'AUTORITÀ IN MERITO ALLA DIMENSIONE GEOGRAFICA DEI MERCATI DEL PRODOTTO INDIVIDUATI?

---

[25] Linee Guida, paragrafo 61.
[26] Linee Guida, nota 48.

Osservazioni degli operatori

107. TI Sparkle non concorda con l'orientamento dell'Autorità in merito alla dimensione nazionale dei mercati del prodotto individuati. Il mercato geografico di riferimento, per TI Sparkle, è sopranazionale.

108. In particolare, TI Sparkle osserva che la presenza di reti *crossborder*, di operatori appartenenti a gruppi internazionali, nonché l'utilizzo di forme di instradamento indiretto delle chiamate da un Paese all'altro, rendono in qualche misura superata la definizione dei mercati con origine in Italia e destinazione verso le singole direttrici.

Valutazioni dell'Autorità

109. L'Autorità ribadisce quanto illustrato nel documento di consultazione nazionale, ossia che la presenza di reti *crossborder*, nonché l'utilizzo di forme di instradamento indiretto delle chiamate da un Paese all'altro, più che individuare la dimensione geografica dei mercati, costituiscono indicatori delle condizioni concorrenziali dei mercati.

110. In virtù di tali considerazioni, l'Autorità ritiene che le osservazioni formulate da TI Sparkle non possano essere accolte e che i mercati in questione si caratterizzino come mercati nazionali.

2.3. *Relazione tra la definizione di mercato dell'Autorità e la Raccomandazione della Commissione*

111. L'analisi svolta nei paragrafi precedenti ha portato alla definizione di mercati rilevanti non inclusi esplicitamente tra quelli elencati nella raccomandazione come suscettibili di regolamentazione *ex ante*. Pertanto, l'Autorità deve verificare se i tre criteri indicati nella Raccomandazione affinché un mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante* risultino cumulativamente soddisfatti per i mercati in esame. I tre criteri sono:

a) la presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso;

b) la presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva;

c) l'efficienza relativa del diritto della concorrenza e della regolamentazione *ex ante* complementare.

112. L'Autorità fa presente di aver già svolto l'analisi dei suddetti tre criteri con riferimento al mercato della terminazione internazionale, nell'ambito dell'analisi di mercato di cui alla delibera n. 417/06/CONS. Al riguardo, si osserva che le conclusioni ivi raggiunte - la non suscettibilità di regolamentazione *ex ante* del mercato della terminazione internazionale - discendenti da un'analisi condotta a livello aggregato (macroaree tariffarie), potrebbero non essere estendibili a livello di dettaglio, ossia per i singoli mercati rilevanti individuati. Pertanto, l'Autorità ritiene necessario ripetere l'analisi dei tre criteri della Raccomandazione con riferimento ad una diversa, più ampia, definizione del mercato al dettaglio.

113. Per quanto riguarda il primo criterio, l'Autorità, ribadisce quanto già espresso nella delibera n. 417/06/CONS, ossia che continuano a sussistere, pur se in misura ridotta, gli ostacoli all'accesso ed allo sviluppo della concorrenza con riferimento ai mercati in esame [27] In particolare, l'Autorità osserva che, per entrare nei mercati dei servizi di terminazione internazionale, un operatore necessita di una o più centrali internazionali e *cable stations*, di infrastrutture trasmissive, nonché di accordi di interconnessione, diretti o indiretti, con gli operatori dei Paesi di destinazione. Pertanto, l'ingresso nel mercato richiede investimenti elevati e tempi lunghi che determinano condizioni asimmetriche tra operatori storici e nuovi operatori. L'Autorità, in linea anche con quanto osservato dagli operatori nell'ambito della consultazione pubblica di cui alla delibera n. 417/06/CONS, ritiene che tali condizioni asimmetriche possano derivare principalmente dall'esistenza di accordi bilaterali con i corrispondenti operatori dei Paesi di destinazione delle chiamate. Ciò in quanto, dagli esiti della suddetta consultazione pubblica, risulta che gli operatori di alcuni Paesi di destinazione delle chiamate hanno ancora oggi interesse a stipulare accordi con pochi operatori, se non addirittura uno solo, tipicamente l'ex-monopolista, a causa dei probabili maggiori volumi di traffico veicolati da quest'ultimo.

114. In virtù di tali considerazioni, l'Autorità ritiene che per i mercati in esame il primo criterio della raccomandazione sia soddisfatto.

115. Per quanto riguarda il secondo criterio, l'Autorità ha esaminato - per ciascun mercato rilevante - la presenza o meno di fattori strutturali o caratteristiche tali da produrre nel tempo condizioni di concorrenza effettiva, al di là degli ostacoli all'accesso appena evidenziati.

116. Al riguardo, l'Autorità osserva, in linea con quanto evidenziato nell'analisi di cui alla delibera n. 417/06/CONS, che il progressivo sviluppo di infrastrutture alternative a quelle dell'operatore *incumbent*, nonché la possibilità di dotarsi di infrastrutture proprie a costi non particolarmente elevati, grazie al ridotto numero di punti di interconnessione necessari per la fornitura del servizio, potrebbe far supporre che i mercati in esame siano destinati a raggiungere un sufficiente grado di concorrenza in tempi brevi. In particolare, l'Autorità ritiene che nei mercati in esame un fattore che può realmente produrre nel tempo condizioni di concorrenza effettiva è costituito dalla presenza di modalità di instradamento del traffico internazionale alternative agli accordi bilaterali, modalità che siano in grado di superare le asimmetrie competitive determinate da questi ultimi.

117. A tal fine, come verrà descritto con maggiore dettaglio nella sezione relativa alla valutazione del significativo potere di mercato, l'Autorità ha richiesto agli operatori del mercato una descrizione completa delle modalità di instradamento adottate nell'offerta dei propri servizi di terminazione.

118. Dall'analisi delle informazioni ricevute, l'Autorità ha individuato la presenza di 105 direttrici per le quali nessun operatore ricorre alla modalità di instradamento basata sulla stipula di accordi bilaterali. Pertanto, l'Autorità ritiene che si possa ragionevolmente supporre che i mercati rilevanti corrispondenti a tali direttrici presentino caratteristiche tendenti a produrre nel tempo condizioni di concorrenza effettiva, senza la necessità di intervenire imponendo una regolamentazione *ex ante*. Inoltre, l'Autorità evidenzia che tali 105 direttrici pesano circa il 3% del traffico internazionale complessivo, calcolato sulle 217 tratte internazionali.

119. L'Autorità considera, quindi, non suscettibili di regolamentazione *ex ante* i suddetti 105 mercati rilevanti, elencati nell'allegato B2.

120. Al contrario, per i restanti 112 mercati, l'utilizzo di accordi bilaterali da parte di alcuni operatori - accordi che potrebbero configurarsi come esclusivi - potrebbe impedire lo sviluppo nel breve-medio periodo di condizioni di concorrenza effettiva. Pertanto, l'Autorità ha valutato se per tali 112 mercati il diritto della concorrenza, in assenza di regolamentazione *ex ante*, sia o meno di per sé sufficiente a ridurre o rimuovere gli ostacoli esistenti o ripristinare una concorrenza effettiva.

121. A tale riguardo, in considerazione sia della numerosità delle direttrici coinvolte sia del numero significativo di transazioni che vengono concluse in ciascun mercato, l'Autorità ritiene che nei mercati in esame sarebbero indispensabili interventi molto frequenti, se non addirittura su ogni singola contrattazione tra acquirente e fornitore del servizio di terminazione, da parte dell'Autorità antitrust. Ciò implica che l'applicazione del diritto della concorrenza non sarebbe sufficiente per correggere adeguatamente le carenze del mercato e che, quindi, la regolamentazione *ex ante* si configurerebbe come un complemento appropriato del diritto della concorrenza.

122. L'Autorità ritiene, pertanto, che il terzo criterio della raccomandazione sia soddisfatto e che i 112 mercati rilevanti elencati nell'allegato B3 siano suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

3. Si condivide l'orientamento dell'Autorità di individuare i 112 mercati rilevanti elencati nell'allegato B3 come suscettibili di regolamentazione ex ante, in quanto soddisfano cumulativamente i tre criteri della raccomandazione?

[27] L'analisi del livello delle barriere all'ingresso, svolta nell'ambito della valutazione dei tre criteri della Raccomandazione, sarà ripetuta in sede di valutazione del significativo potere di mercato, così come previsto dalle linee guida. Tale metodologia, prevista dal nuovo quadro regolamentare, potrebbe dare l'impressione di una duplicazione di analisi, ovvero di determinare una eventuale contraddizione tra le due fasi di valutazione. Al riguardo, si osserva che ciò non si verifica in quanto l'analisi delle barriere svolta nell'ambito della valutazione dei tre criteri è di tipo generale, ossia volta ad individuare la presenza di ostacoli non transitori all'accesso al mercato ed allo sviluppo della concorrenza. Diversamente, l'analisi delle barriere per la valutazione dell'SMP si presenta circostanziata, ossia è volta ad individuare la presenza di ostacoli che possono incidere sull'eventuale adozione di condotte anticoncorrenziali e, quindi, sul grado di esercizio del potere di mercato da parte di un operatore.

Osservazioni degli operatori

123. TI Sparkle, condividendo l'orientamento dell'Autorità di escludere dall'applicazione di una regolamentazione *ex ante* i 105 mercati di cui all'allegato B2, osserva che, per i restanti 112 mercati di cui all'allegato B3, non vengono soddisfatti contestualmente i tre criteri indicati nella Raccomandazione e, pertanto, anche tali mercati non dovrebbero essere suscettibili di regolamentazione *ex ante*. In particolare TI Sparkle afferma che, per i 112 mercati, la presenza di accordi bilaterali non costituisce di per sé una significativa barriera all'ingresso. Inoltre, alcune direttrici ritenute suscettibili di regolamentazione *ex ante* dall'Autorità figurano, nell'analisi svolta da OFCOM, nella lista dei Paesi che non rappresentano destinazioni con significative barriere all'ingresso.

Valutazioni dell'Autorità

124. L'Autorità ribadisce che la presenza di accordi bilaterali nei 112 mercati determina caratteristiche tali da indurre a pensare che non si svilupperanno nel breve-medio periodo condizioni di concorrenza effettiva. Infatti, nei mercati in cui la stipula di accordi bilaterali rappresenta l'unica, o quasi l'unica, modalità di instradamento del traffico, si può ragionevolmente ritenere che tali accordi costituiscano, di fatto, un ostacolo all'affermarsi di condizioni di concorrenza effettiva, in quanto le condizioni di terminazione ottenute con questa modalità risultano difficilmente replicabili con modalità alternative di terminazione. Nei 112 mercati si generano, dunque, asimmetrie competitive tali da renderli suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

125. Inoltre, l'Autorità sottolinea come il riferimento all'analisi svolta da OFCOM sui mercati della terminazione internazionale assuma esclusivamente carattere metodologico e, pertanto, le conclusioni raggiunte dall'Autorità inglese non possono essere considerate applicabili al contesto italiano.

3. Valutazione del significativo potere di mercato

Introduzione

126. Il principale elemento di novità introdotto dal nuovo quadro normativo, in relazione al processo di definizione e di valutazione del significativo potere di mercato, è costituito dall'allineamento della definizione di significativo potere di mercato a quella data dalla Corte di giustizia europea per la nozione di posizione dominante di cui all'art. 82 del trattato CE. Una sintesi degli orientamenti della Commissione circa l'interpretazione del concetto di posizione dominante nell'industria delle comunicazioni elettroniche è contenuta nelle Linee guida dell'11 luglio 2002 che le ANR devono tenere in massimo conto nello svolgimento delle loro analisi di mercato (articolo 17, comma 3, del Codice).

127. Le Linee guida al paragrafo 70 stabiliscono che le ANR devono fare in modo che le loro decisioni siano conformi alla prassi della Commissione ed alla relativa giurisprudenza della Corte di giustizia e del Tribunale di primo grado in materia di posizione dominante. In realtà, l'applicazione *ex ante* della nozione di significativo potere di mercato da parte delle ANR richiederà un adeguamento delle modalità di valutazione del potere di mercato utilizzate dalle Autorità per la concorrenza, in virtù della considerazione che le ANR si baseranno, necessariamente, su ipotesi diverse da quelle assunte dalle Autorità per la concorrenza nell'applicazione retrospettiva dell'art. 82. In particolare, le decisioni dell'Autorità si avvarranno, *inter alia*, di elementi di tipo previsionale basati su dati ed informazioni circa le condizioni del mercato disponibili al momento dell'adozione della decisione. L'orizzonte previsionale verrà calibrato sulla periodicità che il Codice impone per le analisi di mercato, che come già specificato altrove, è pari a 18 mesi.

128. Il potere di mercato di un'impresa si estrinseca e, pertanto, si misura, principalmente sulla base della capacità dell'impresa in questione di aumentare i prezzi senza che ciò comporti una riduzione apprezzabile delle vendite o dei ricavi a favore di altre imprese. Tale capacità è sottoposta ad una serie di vincoli di tipo concorrenziale provenienti sia dai concorrenti che l'impresa fronteggia direttamente nel proprio mercato di appartenenza, sia da imprese che potrebbero decidere di entrare nel mercato a medio termine qualora si verifichi un piccolo, ma significativo e non transitorio, aumento dei prezzi.

129. La quota di mercato detenuta da un'impresa può essere utilizzata quale indicatore della competitività del mercato. Sebbene nel nuovo quadro regolamentare il ruolo delle quote di mercato nelle analisi concorrenziali risulti ridimensionato rispetto al quadro precedente, le linee guida della Commissione, al paragrafo 75, ricordano espressamente che «le quote di mercato sono spesso usate come indicatore indiretto del potere di mercato». Inoltre, anche se al paragrafo 76 si afferma che nel caso di prodotti differenziati è preferibile utilizzare quote di mercato calcolate sulla base del valore delle vendite, al successivo paragrafo 77, si afferma che «spetta alle ANR decidere i criteri più adatti per misurare la presenza sul mercato», salvo però fornire alcune indicazioni circa le modalità di calcolo più adatte in alcuni dei mercati individuati dalla raccomandazione.

130. La quota di mercato, però, non può essere utilizzata quale unico indicatore del potere di mercato e le linee guida, al paragrafo 78, ricordano che le Autorità di regolamentazione devono perciò «intraprendere un'analisi completa e globale delle caratteristiche economiche del mercato rilevante prima di formulare conclusioni circa l'esistenza di un significativo potere di mercato». A tal proposito vengono indicati quali criteri per la misurazione del potere di mercato, *inter alia*, la dimensione globale dell'impresa, il controllo di infrastrutture difficilmente duplicabili, le barriere all'ingresso, le economie di scala e di diversificazione, l'integrazione verticale, la rete di distribuzione e vendita e la concorrenza potenziale.

131. Il riscontro di una posizione di dominanza non può prescindere da una valutazione della facilità di ingresso e quindi delle barriere all'ingresso. Le principali barriere all'ingresso nel settore delle comunicazioni sono costituite da vincoli normativi e dalla necessità di effettuare notevoli investimenti, non sempre recuperabili. Per quanto riguarda i primi si pensi, ad esempio, al caso in cui si è fissato un limite al numero di imprese aventi accesso allo spettro radio per l'offerta di servizi connessi. Per quanto riguarda i secondi, si consideri l'incidenza sui costi totali di produzione di investimenti in capitale fisso con limitati usi alternativi al di fuori dell'industria delle comunicazioni. Tali barriere all'ingresso, però, possono rivestire un ruolo meno importante nei mercati caratterizzati da elevati tassi di innovazione tecnologica, come è il caso per determinati servizi/reti di comunicazione elettronica.

132. L'articolo 17, comma 2, del Codice stabilisce, in conformità con l'art. 82 del trattato CE, che «un'impresa può detenere un rilevante potere di mercato, ossia può detenere una posizione dominante, sia individualmente che congiuntamente con altri». Sebbene il concetto di dominanza collettiva sia in evoluzione, la Commissione e la giurisprudenza della Corte sono orientate a ritenere che una o più imprese detengano una posizione dominante collettiva quando in rapporto ai loro clienti e concorrenti si presentino come un'unica impresa, senza che vi sia concorrenza effettiva tra loro. Si noti che la Commissione ha affermato che l'assenza di concorrenza effettiva non necessariamente deve essere ricondotta all'esistenza di legami economici, nel senso di legami strutturali, o ad altri fattori che potrebbero dar luogo a qualche forma di correlazione fra le imprese.

133. Le linee guida specificano, al paragrafo 96, che le Autorità nazionali di regolamentazione per valutare *ex ante* la presenza delle condizioni che possano favorire l'insorgenza di una posizione dominante collettiva, devono considerare: i) se le caratteristiche del mercato siano tali da favorire un coordinamento tacito, e ii) se tale coordinamento sia sostenibile. Affinché il coordinamento sia sostenibile è necessario che non vi siano incentivi per le imprese a sottrarsi al coordinamento, nonostante le possibilità di ritorsione degli altri componenti del cartello collusivo, e che gli acquirenti ed i concorrenti marginali e/o potenziali non abbiano la capacità o non siano motivati ad opporsi a tale forma di coordinamento.

134. Al paragrafo 97, le linee guida affermano che, fatta salva la giurisprudenza della Corte di giustizia in materia, è probabile che una posizione dominante collettiva si verifichi allorché sussistano alcune specifiche condizioni di mercato tra le quali si ricordano: un'elevata concentrazione, un parallelismo fra la struttura dei prezzi e dei costi, una crescita moderata o stagnazione della domanda, una scarsa elasticità della domanda, una maturità tecnologica e una conseguente assenza di innovazione tecnologica, la sussistenza di legami e interconnessioni - anche informali - fra le imprese, la mancanza di concorrenza potenziale.

3.1. *L'analisi sul significativo potere di mercato*

135. In questa sezione si procede alla valutazione del grado di concorrenza presente nei 112 mercati rilevanti individuati come suscettibili di regolamentazione *ex ante*, al fine di verificare l'eventuale esistenza di imprese che dispongono di un significativo potere di mercato.

136. Per svolgere tale analisi, l'Autorità ha richiesto agli operatori del mercato di fornire le seguenti informazioni:

a) una descrizione dettagliata della propria rete internazionale (città in cui sono presenti i nodi di commutazione, tecnologie e capacità relative a ciascuna tratta della rete, eventuale uso di cable stations e di cavi sottomarini, titolo d'uso delle infrastrutture);

b) il dettaglio delle direttrici estere verso cui si dispone di una propria offerta di servizi di instradamento del traffico internazionale;

c) i volumi venduti per singola direttrice ed i corrispondenti ricavi, per gli anni 2004, 2005 e I semestre 2006;

d) una descrizione completa delle modalità di instradamento adottate nell'offerta dei propri servizi per le varie direttrici estere.

137. Nel corso del procedimento, l'Autorità ha richiesto agli operatori di fornire i dati relativi ai volumi venduti e ai corrispondenti ricavi per l'intero anno 2006. Tuttavia, l'analisi sul significativo potere di mercato è stata condotta sui dati del primo semestre 2006, in quanto non tutti gli operatori sono stati in grado di aggiornare tempestivamente i dati forniti all'intero anno 2006.

3.2. *Criteri di valutazione del significativo potere di mercato*

138. L'Autorità ha considerato i seguenti criteri per la valutazione del significativo potere di mercato: la dimensione e la dinamica dei mercati rilevanti, il numero dei concorrenti, il livello e l'andamento delle quote di mercato, il livello delle barriere all'ingresso e di concorrenza potenziale, il potere contrattuale dell'acquirente, il grado di integrazione verticale, la facilità di accesso ai mercati finanziari, la presenza di vantaggi o superiorità a livello tecnologico.

La dimensione e la dinamica dei mercati

139. Con riferimento alla valutazione della dimensione e della dinamica dei mercati rilevanti, nonché delle quote di mercato detenute dai singoli operatori, una questione centrale è se si debba considerare solo il traffico cosiddetto «*addressable*» (traffico venduto ad operatori terzi) o anche il traffico cosiddetto «*captive*» o «interno» (traffico venduto a proprie divisioni o società controllate/collegate).

140. L'Autorità ritiene che al fine di valutare il grado di concorrenza esistente nei 112 mercati in esame sia necessario considerare il traffico totale, dato dalla somma del traffico *addressable* e del traffico *captive*, per le ragioni illustrate di seguito.

141. Come riportato nell'ambito del procedimento di cui alla delibera n. 13/01/CIR, la scelta di valutare la dimensione del mercato sulla base del solo traffico *addressable*, piuttosto che sulla base del traffico totale (dato dalla somma del traffico *captive* e del traffico addressable), può essere giustificata solo qualora si dimostri che i meccanismi di formazione dei prezzi nei due mercati siano indipendenti fra di loro. Nel procedimento di cui alla delibera n. 13/01/CIR, l'Autorità, constatando che le divisioni *retail* di Telecom Italia utilizzavano sempre come fornitore *wholesale* la stessa Telecom Italia, nonostante fosse possibile ottenere gli stessi servizi a prezzi inferiori da altri carrier, concluse che il prezzo dei servizi *wholesale* forniti internamente non era influenzato dal prezzo dei servizi *wholesale* di operatori terzi e che, quindi, il traffico *captive* non doveva essere incluso nella definizione del mercato rilevante.

142. In questa analisi, invece, dall'esame delle informazioni raccolte dagli operatori, l'Autorità ha osservato che in ciascun mercato rilevante (e, quindi, per ciascuna direttrice in cui deve essere terminato il traffico internazionale) la maggior parte degli operatori integrati verticalmente verifica, di volta in volta, le condizioni economiche praticate dagli operatori terzi, per decidere se instradare e terminare il traffico per proprio conto (traffico *captive*, sottoforma di auto-produzione) o se ricorrere ad altri operatori (traffico *addressable*). Tale decisione è, quindi, mutevole nel tempo, in quanto viene presa ogni qualvolta vi sono cambiamenti delle condizioni economiche praticate nel mercato. La stessa Telecom Italia - che, come è noto, si avvale dal gennaio 2003 di Telecom Italia Sparkle per la fornitura dei servizi *wholesale* internazionali - ha dichiarato di avvalersi anche di altri operatori per l'instradamento e terminazione del proprio traffico verso l'estero, sebbene in misura minore.

143. Tali caratteristiche del mercato portano a concludere che i volumi venduti dalle divisioni *wholesale* alle divisioni *retail* di un operatore integrato verticalmente risultano influenzati da cambiamenti nei prezzi praticati nel mercato dagli operatori terzi.

144. Pertanto, l'Autorità ritiene che i mercati in esame debbano essere analizzati considerando sia il traffico *addressable* sia il traffico *captive*.

145. Per quanto attiene alle stime della dimensione dei mercati, nonché al calcolo delle quote di mercato degli operatori, è importante anzitutto fare qualche precisazione sui dati forniti dagli operatori. Quasi tutti gli operatori hanno segnalato la difficoltà ad estrarre i dati al livello di dettaglio richiesto ed hanno dichiarato che alcuni dati, anche per modifiche nei sistemi informativi, rappresentano una stima delle informazioni ricavabili dai sistemi aziendali.

146. Inoltre, dato l'elevato livello di dettaglio richiesto, non tutti gli operatori sono stati in grado di fornire i ricavi percepiti dalla vendita del servizio, in quanto i prezzi dipendono da una serie di variabili come la durata contrattuale, il numero di direttrici, gli impegni sui volumi, ecc.. Non è stato possibile, pertanto, utilizzare quale parametro di analisi quello dei ricavi percepiti dagli operatori all'ingrosso. Di conseguenza, la stima della dimensione dei mercati della terminazione delle chiamate verso direttrici internazionali è stata effettuata solo in termini di volumi.

147. Anche per quanto attiene i volumi, la stima del mercato e delle quote degli operatori è risultata particolarmente complessa a causa principalmente dell'elevato numero di direttrici esaminate, nonché dell'inevitabile problema della duplicazione del traffico conteggiato. Quest'ultimo problema discende da una caratteristica peculiare dei mercati in esame, relativa ai meccanismi sottostanti la fornitura del servizio. In particolare, accade di frequente che un operatore, pur possedendo tutti gli *input* (infrastrutture/accordi di interconnessione) necessari per vendere il servizio di terminazione internazionale verso una particolare direttrice, possa trovare più conveniente consegnare ad un altro operatore nazionale il traffico che ha venduto, ad esempio perché per quella direttrice non raggiunge i volumi di traffico minimi per trovare conveniente la terminazione in proprio. In tale caso si verifica, quindi, che gli stessi minuti di traffico terminato all'estero sono conteggiati due volte, in quanto risultano volumi venduti da entrambi gli operatori. In particolare, alcuni fornitori del servizio hanno dichiarato di confrontare costantemente i prezzi del servizio di terminazione applicati nei vari mercati, soggetti a frequenti variazioni, al fine di decidere come fornire il servizio (se instradarlo in proprio o se acquistarlo da altri operatori con la cosiddetta modalità di *least cost routing*). Tale caratteristica del mercato, portando ad un raddoppio dei volumi registrati, si traduce in una significativa sovrastima della dimensione dei mercati.

148. Difatti, l'analisi dei dati ha registrato, per il 2004 e 2005, volumi complessivi di traffico per tutte le 217 direttrici pari a circa 8.000 milioni di minuti; nel I semestre 2006 sono stati venduti quasi 4.000 milioni di minuti. Per quanto detto al paragrafo precedente, il reale valore di mercato in termini di volumi (minuti di traffico) è di gran lunga inferiore e si stima essere pari a circa la metà di quello rilevato con la presente analisi. D'altronde, non è stato possibile scorporare la quota di rivendita del traffico, in quanto la maggior parte degli operatori ha affermato di non poter individuare questo dato per ciascuna direttrice, dal momento che si tratta - come detto - di volumi soggetti a continue variazioni.

149. La quasi totalità del traffico internazionale instradato nei tre riferimenti temporali (2004, 2005, I semestre 2006) è imputabile alle 112 direttrici oggetto di analisi, che contribuiscono al traffico complessivo (calcolato sulle 217 direttrici) per poco più del 97%. In particolare, come mostrato nella Tabella 1, le direttrici che maggiormente pesano sono, oltre ad alcune direttrici deregolamentate con delibera n. 13/01/CIR[28]), la Romania (più dell'8%); l'Ucraina, la Polonia e l'Albania (tutte intorno al 3-4%); il Marocco, la Moldavia, il Perù (meno del 3% in tutti e tre i riferimenti temporali).

150. Inoltre, ipotizzando che il fenomeno della rivendita del traffico internazionale - che come si è osservato si traduce in una sovrastima dei volumi venduti - si mantenga pressoché costante nel tempo e tra le varie direttrici, si può osservare che i 112 mercati in esame sono pressoché stazionari.

---

28) Paesi membri dell'UE (25% circa), Stati Uniti (più del 4%) Svizzera (da 5,6% del 2004 a 3,7% del I semestre 2006).

Tabella 1 – Contributo in percentuale di ciascuno dei 112 mercati analizzati al traffico terminato verso tutte le 217 direttrici (anni 2004, 2005, I semestre 2006)

MERCATI	2004	2005	I sem. 2006	MERCATI	2004	2005	I sem. 2006	MERCATI	2004	2005	I sem. 2006
CANADA	0,7	0,9	0,8	ERITREA	0,1	0,1	0,1	PAKISTAN	0,8	0,5	0,5
NORVEGIA	0,2	0,3	0,3	ESTONIA	0,1	0,1	0,1	PALESTINA	0,0	0,0	0,0
PAESI MEMBRI DELL'UE	28,4	25,6	26,5	ETIOPIA	0,0	0,1	0,1	PANAMA	0,0	0,0	0,0
STATI UNITI	4,2	5,6	4,2	FILIPPINE	1,6	1,6	1,5	PARAGUAY	0,0	0,0	0,0
SVIZZERA	5,6	4,0	3,7	GABON	0,0	0,0	0,0	PERU'	2,2	2,2	2,2
ALBANIA	3,2	3,0	2,9	GHANA	0,7	0,6	0,7	POLONIA	3,5	3,9	4,7
ALGERIA	0,4	0,9	0,7	GIAPPONE	0,2	0,4	0,3	QATAR	0,0	0,1	0,1
ANDORRA	0,0	0,0	0,0	GIBUTI	0,0	0,0	0,0	REPUBBLICA CECA	0,4	0,5	0,5
ANGOLA	0,0	0,1	0,1	GIORDANIA	0,0	0,1	0,1	REPUBBLICA DOMENICANA	0,7	0,6	0,5
ARABIA SAUDITA	0,1	0,2	0,2	HONDURAS	0,0	0,0	0,0	ROMANIA	9,5	9,7	8,2
ARGENTINA	1,4	1,4	1,2	HONG KONG	0,1	0,3	0,1	RUSSIA	1,2	1,1	1,3
AUSTRALIA	0,7	0,7	0,7	INDIA	1,2	1,3	1,2	SAN MARINO	0,0	0,0	0,3
BAHREIN	0,0	0,0	0,0	INDONESIA	0,1	0,1	0,2	SEICELLE	0,0	0,0	0,0
BANGLADESH	1,1	1,1	1,2	IRAN	0,3	0,1	0,2	SENEGAL	1,6	1,8	2,3
BENIN	0,0	0,0	0,1	ISRAELE	0,3	0,2	0,2	SERBIA E MONTENEGRO	0,6	0,5	0,6
BIELORUSSIA	0,1	0,2	0,1	KENYA	0,1	0,1	0,1	SINGAPORE	0,1	0,1	0,1
BOLIVIA	0,1	0,2	0,3	KOSOVO	0,0	0,1	0,1	SIRIA	0,1	0,2	0,1
BOSNIA ERZEGOVINA	0,2	0,2	0,1	KUWAIT	0,1	0,1	0,1	SLOVACCHIA	0,3	0,4	0,2
BOSNIA H-MOSTAR	0,0	0,0	0,0	LETTONIA	0,1	0,1	0,1	SLOVENIA	0,2	0,3	0,2
BOSNIA SRPSKE	0,1	0,1	0,1	LIBANO	0,2	0,3	0,3	SRI LANKA	0,5	0,5	0,6
BRASILE	1,4	1,5	1,5	LIBIA	0,2	0,3	0,4	SUD AFRICA	0,1	0,4	0,3
BRUNEI	0,0	0,0	0,0	LIECHTENSTEIN	0,0	0,0	0,1	TAIWAN	0,1	0,1	0,1
BULGARIA	0,5	0,6	0,5	LITUANIA	0,1	0,1	0,1	TANZANIA	0,0	0,0	0,1
BURKINA FASO	0,2	0,3	0,2	MACEDONIA	0,3	0,2	0,2	THAILANDIA	0,2	0,2	0,2
CAMERUN	0,1	0,1	0,2	MADAGASCAR	0,0	0,1	0,1	THURAYA	0,0	0,0	0,0
CILE	0,1	0,2	0,2	MALAWI	0,0	0,1	0,0	TOGO	0,2	0,1	0,1
CINA	0,9	0,7	0,6	MALAYSIA	0,3	0,1	0,1	TUNISIA	1,6	1,6	1,9
CIPRO	0,1	0,1	0,1	MALI	0,2	0,2	0,2	TURCHIA	0,6	0,6	0,8
COLOMBIA	0,9	0,7	0,7	MALTA	0,1	0,1	0,1	UCRAINA	3,7	4,1	3,9
CONGO	0,0	0,1	0,0	MAROCCO	2,6	2,8	2,9	UNGHERIA	0,4	0,4	0,5
COREA DEL SUD	0,1	0,2	0,1	MAURIZIO	0,0	0,0	0,1	URUGUAY	0,1	0,1	0,1
COSTA D'AVORIO	0,4	0,3	0,3	MESSICO	0,4	0,3	1,0	VENEZUELA	0,3	0,3	0,3
COSTA RICA	0,1	0,1	0,1	MOLDAVIA	2,9	2,7	2,1	VIET NAM	0,0	0,0	0,0
CROAZIA	0,7	0,6	0,5	MONACO PRINC	0,3	0,3	0,3	YEMEN	0,0	0,0	0,0
CUBA	0,6	0,8	0,4	MOZAMBICO	0,0	0,0	0,0	ZAMBIA	0,1	0,1	0,1
ECUADOR	1,2	0,9	0,7	NIGERIA	0,6	0,6	1,2	ZIMBABWE	0,1	0,1	0,1
EGITTO	1,5	1,7	2,8	NUOVA ZELANDA	0,0	0,1	0,1	**TOTALE 112 mercati**	**98,0%**	**97,8%**	**97,6%**
EMIRATI ARABI UNITI	0,2	0,3	0,2	OMAN	0,0	0,1	0,0				

Numero degli operatori presenti nei mercati

151. Dall'analisi delle informazioni pervenute, si rileva che il servizio all'ingrosso di terminazione internazionale è fornito, principalmente, dai seguenti operatori: Telecom Italia Sparkle [29], BT Italia, Colt Telecom, Eutelia, Fastweb, Tele2 Italia, Tiscali, T-Systems Italia, Verizon Business, Wavecrest Italia, Wind Telecomunicazioni. Le società Belgacom Italia, H3G, e Vodafone Omnitel hanno comunicato di non vendere servizi all'ingrosso di instradamento o terminazione di traffico verso direttrici internazionali.

152. Come evidenziato nella Tabella 2, l'Autorità rileva che nessun mercato è servito da un numero di operatori inferiore a 9, sebbene in alcuni di essi vi sia una lieve differenza tra il numero di operatori che offre il servizio di terminazione verso rete fissa e quello che lo offre verso rete mobile.

Tabella 2 – 112 mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione *ex ante* per numero di operatori presenti

Numero di mercati	Numero di operatori nel mercato	Numero di operatori che offre il servizio di terminazione	
		Verso rete fissa	Verso rete mobile
2	9	9	9
1	10	10	9
2	10	10	10
13	11	11	10
94	11	11	11
Totale mercati 112			

- per due direttrici (BOSNIA H-MOSTAR e THURAYA) sono stati rilevati 9 operatori che offrono il servizio di terminazione sia verso rete fissa che mobile;

- per una direttrice (SAN MARINO) sono stati rilevati 10 operatori che offrono il servizio di terminazione verso rete fissa e 9 verso rete mobile;

- per due direttrici (KOSOVO, BOSNIA SRPSKE) sono stati rilevati 10 operatori sia verso rete fissa che mobile;

- per tredici direttrici (CANADA, YEMEN, TOGO, STATI UNITI, SEICELLE, OMAN, MESSICO, MAURIZIO, LIBIA, GIBUTI, BAHREIN, CUBA, COSTA D'AVORIO) sono stati rilevati 11 operatori che offrono il servizio di terminazione verso rete fissa e 10 operatori che lo offrono verso rete mobile;

- per le restanti novantaquattro direttrici sono stati rilevati 11 operatori che offrono il servizio di terminazione sia verso rete fissa che mobile.

[29] Dal gennaio 2003, la società Telecom Italia si avvale della società Telecom Italia Sparkle per la fornitura dei servizi *wholesale* internazionali.

153. Tali dati dimostrano, quindi, che vi è una pluralità di operatori in grado di fornire il servizio di terminazione internazionale verso le direttrici in esame e che non vi sono significative differenze tra questi mercati in termini di numero di concorrenti.

Livello e andamento delle quote di mercato

154. Per la valutazione del significativo potere di mercato, come indicato nelle Linee Guida, «*il problema si pone quando la quota di mercato detenuta da un'impresa supera il 40%* [...]. *Si può presumere che un'impresa che detiene una grossa fetta di mercato goda di un significativo potere di mercato, ossia abbia una posizione dominante, se la quota è rimasta costante nel tempo.* [...] *D'altro canto, la fluttuazione delle quote di mercato nel tempo potrebbe indicare l'assenza di potere di mercato nel mercato rilevante*» [30].

155. Pertanto, l'Autorità ha individuato, tra i 112 mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante*, quelle direttrici in cui è presente un operatore con quota di mercato almeno pari al 40% e, seguendo il criterio della persistenza, ha selezionato le direttrici in cui le quote di mercato dell'operatore risultano nel 2004, 2005 e nel I semestre 2006 maggiori o uguali a 40%, cioè «persistentemente elevate».

156. L'analisi ha evidenziato l'esistenza di:

a) 86 mercati, elencati nell'Allegato B4, che non presentano operatori con una quota di mercato persistentemente maggiore o uguale al 40% nel 2004, 2005 e I semestre 2006;

b) 26 mercati in cui vi è un operatore che dispone nei tre periodi considerati di una quota persistentemente maggiore o uguale al 40% (Tabella 3).

157. In particolare, con riferimento a tali 26 mercati, si osserva che tra gli operatori analizzati compaiono solo 2 operatori con quote di mercato persistentemente elevate. L'operatore Telecom Italia Sparkle detiene una quota di mercato persistentemente $\geq$ 40% per le seguenti direttrici: *Albania, Bielorussia, Bosnia Srpske, Cuba, Emirati Arabi Uniti, Eritrea, Malta, Senegal, Serbia e Montenegro, Slovacchia, Thuraya, Croazia, Repubblica Ceca, Romania, Slovenia, Ungheria, Egitto, Lettonia, Lituania, Paesi Membri dell'UE, Svizzera*; mentre, Eutelia risulta detentore di una quota di mercato persistentemente $\geq$ 40% per le direttrici: *Andorra, Costa D'Avorio, Kuwait, Mali, Togo.*

158. Benché il mercato di riferimento sia quello determinato sulla base del traffico totale (dato dalla somma del traffico *captive* e del traffico *addressable*), in linea con l'approccio seguito dall'Autorità in altre analisi di mercato [31], si è tenuto conto anche degli sviluppi delle quote di mercato calcolate escludendo il traffico *captive*, ossia i volumi venduti a società interamente o parzialmente controllate, e prendendo a riferimento il solo traffico *addressable*, che rappresenta la porzione del mercato maggiormente contendibile. Al riguardo, sebbene il calcolo delle quote di mercato al netto delle vendite *captive* confermi la situazione descritta per 10 dei 26 mercati di cui al punto precedente, l'analisi degli altri criteri non porta ad un risultato differente nella valutazione del significativo potere di mercato.

[30] Cfr. Linee Guida, paragrafo 75.

[31] Si veda, ad esempio, l'analisi del mercato nazionale all'ingrosso per servizi internazionali di roaming per le reti telefoniche pubbliche mobili, di cui alla delibera n. 381/06/CONS.

Tabella 3 – 26 Mercati in cui è presente un operatore con quota di mercato persistentemente ≥40% per operatori e quote di mercato espresse in intervalli (2004, 2005 e I semestre 2006)

Direttrici	QM persistentemente ≥40	20<QM<40			0≤QM≤20		
		2004	2005	I sem 2006	2004	2005	I sem 2006
ALBANIA	TI Sparkle				BT Italia, Colt, Eutelia, Wind, Altri operatori	BT Italia, Colt, Eutelia, Wind, Altri operatori	BT Italia, Colt, Eutelia, Wind, Altri operatori
ANDORRA	Eutelia	TI Sparkle	Wind	TI Sparkle	BT Italia, Verizon, Fastweb, Wind, Altri operatori	BT Italia, Colt, TI Sparkle, Fastweb, Altri operatori	BT Italia, Colt, Wind, Wavecrest, Altri operatori
BIELORUSSIA	TI Sparkle				Tele2, Verizon, Eutelia, Wind, Altri operatori	BT Italia, Verizon, Eutelia, Wind, Altri operatori	BT Italia, Verizon, Eutelia, Wind, Altri operatori
BOSNIA SRPSKE	TI Sparkle	Wind			BT Italia, Colt, Eutelia, Verizon, Altri operatori	BT Italia, Colt, Eutelia, Verizon, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, Verizon, Wind, Altri operatori
COSTA D'AVORIO	Eutelia	TI Sparkle	TI Sparkle		BT Italia, Verizon, Fastweb, Wind, Altri operatori	BT Italia, Verizon, Fastweb, Wind, Altri operatori	BT Italia, TI Sparkle, Verizon, Wavecrest, Altri operatori
CROAZIA	TI Sparkle			BT Italia	BT Italia, Tele2, Eutelia, Wind, Altri operatori	BT Italia, Tele2, Eutelia, Wind, Altri operatori	Colt, Tele2, Verizon, Eutelia, Altri operatori
CUBA	TI Sparkle		BT Italia, Wind		BT Italia, Colt, Fastweb, Wind, Altri operatori	Colt, Tele2, Eutelia, Fastweb, Altri operatori	BT Italia, tele2, Fastweb, Verizon, Altri operatori
EGITTO	TI Sparkle		Verizon	BT Italia	Verizon, Eutelia, Wind, Fastweb, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, fastweb, Wind, Altri operatori	Colt, Verizon, Eutelia, T-systems, Altri operatori
EMIRATI ARABI UNITI	TI Sparkle		BT Italia	BT Italia	BT Italia, Colt, Eutelia, Wind, Altri operatori	Colt, Wind, Eutelia, Fastweb, Altri operatori	Colt, Eutelia, Wind, Wavecrest, Altri operatori
ERITREA	TI Sparkle		BT Italia		BT Italia, Colt, Eutelia, Verizon, Altri operatori	Colt, Eutelia, Verizon, Wind, Altri operatori	BT Italia, Colt, Eutelia, Verizon, Altri operatori
KUWAIT	Eutelia		BT Italia		BT Italia, Colt, TI Sparkle, Verizon, Altri operatori	Colt, TI Sparkle, Verizon, Wind, Altri operatori	BT Italia, Colt, TI Sparkle, T-Systems, Altri operatori
LETTONIA	TI Sparkle	Wind	Wind	T-Systems	BT Italia, Verizon, Fastweb, Eutelia, Altri operatori	BT Italia, Colt, Verizon, Eutelia, Altri operatori	BT Italia, Colt, Eutelia, Wind, Altri operatori
LITUANIA	TI Sparkle	Wind	Wind		BT Italia, Tele 2, Verizon, Eutelia, Altri operatori	BT Italia, Tele 2, Verizon, Eutelia, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, T-Systems, Wind, Altri operatori
MALI	Eutelia			BT Italia	BT Italia, Tiscali, TI Sparkle, Wind, Altri operatori	BT Italia, Colt, TI Sparkle, Wind, Altri operatori	Colt, TI Sparkle, Verizon, T-Systems, Altri operatori
MALTA	TI Sparkle				BT Italia, Tele 2, Eutelia, Wind, Altri operatori	BT Italia, Tele 2, Eutelia, Wind, Altri operatori	BT Italia, Tele 2, Eutelia, Wind, Altri operatori
REPUBBLICA CECA	TI Sparkle		Wind	Wind	BT Italia, Verizon, Eutelia, Wind, Altri operatori	BT Italia, Verizon, Eutelia, Tele2, Altri operatori	BT Italia, Colt, Eutelia, T-Systems, Altri operatori
ROMANIA	TI Sparkle	Eutelia	Eutelia	Eutelia	BT Italia, Verizon, Fastweb, Wind, Altri operatori	BT Italia, Verizon, Fastweb, Wind, Altri operatori	BT Italia, Verizon, Wavecrest, Wind, Altri operatori
SENEGAL	TI Sparkle				BT Italia, Verizon, Fastweb, Eutelia, Altri operatori	BT Italia, Verizon, Wind, Eutelia, Altri operatori	BT Italia, Colt, Wind, Eutelia, Altri operatori

Direttrici	QM persistentemente ≥40	20<QM<40			0≤QM≤20		
		2004	2005	I sem 2006	2004	2005	I sem 2006
SERBIA E MONTENEGRO	TI Sparkle				BT Italia, Colt, Wind, Eutelia, Altri operatori	BT Italia, Wind, Eutelia, Verizon, Altri operatori	BT Italia, Wind, Eutelia, Tele2, Altri operatori
SLOVACCHIA	TI Sparkle	Wind	Wind		BT Italia, Eutelia, Tele2, Verizon, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, Tele2, Verizon, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, Tele2, Verizon, Altri operatori
SLOVENIA	TI Sparkle				BT Italia, Eutelia, Tele2, Wind, Altri operatori	BT Italia, Colt, Eutelia, Wind, Altri operatori	BT Italia, Colt, Eutelia, Tele2, Altri operatori
THURAYA	TI Sparkle				BT Italia, Colt, Eutelia, Wind, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, Fastweb, Wind, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, Fastweb, T-Systems, Altri operatori
TOGO	Eutelia	TI Sparkle			BT Italia, Fastweb, Wind, Tiscali, Altri operatori	BT Italia, Fastweb, Verizon, TI Sparkle, Altri operatori	BT Italia, Colt, Verizon, TI Sparkle, Altri operatori
UNGHERIA	TI Sparkle			Tele2	BT Italia, Eutelia, Tele2, Wind, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, Tele2, Wind, Altri operatori	BT Italia, Colt, Eutelia, Verizon, Altri operatori
PAESI MEMBRI DELL'UE	TI Sparkle				BT Italia, Eutelia, Tele2, Wind, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, Tele2, Wind, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, Tele2, Wind, Altri operatori
SVIZZERA	TI Sparkle				Colt, Fastweb, Tele2, Wind, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, Tele2, Wind, Altri operatori	BT Italia, Eutelia, Tele2, Wind, Altri operatori

159. Come indicato nelle linee guida, non si può stabilire l'esistenza di una posizione dominante unicamente in base al valore delle quote di mercato, in quanto queste ultime indicano solo la possibilità che si sia in presenza di un operatore che gode di una posizione dominante. Pertanto, prima di formulare conclusioni circa l'esistenza di un significativo potere di mercato, l'Autorità ha analizzato altre caratteristiche economiche dei mercati rilevanti, come il livello delle barriere all'ingresso e di concorrenza potenziale, il potere contrattuale dell'acquirente, il grado di integrazione verticale, la facilità di accesso ai mercati finanziari, la presenza di vantaggi o superiorità a livello tecnologico.

Livello delle barriere all'ingresso e concorrenza potenziale

160. Come noto, la presenza di barriere all'ingresso potrebbe incoraggiare condotte anticoncorrenziali da parte delle imprese in possesso di una quota di mercato significativa. Tali barriere, infatti, scoraggiando le nuove imprese ad entrare nel mercato, riducono la possibilità per la concorrenza potenziale di esercitare un vincolo competitivo ai comportamenti di mercato delle imprese già esistenti.

161. Con riferimento ai mercati in esame, le principali barriere all'entrata derivano dalle difficoltà che gli operatori potrebbero incontrare nella stipula di accordi bilaterali a condizioni vantaggiose con i corrispondenti operatori dei Paesi di destinazione delle chiamate. Tali difficoltà si presentano per quelle direttrici in cui esiste un unico interlocutore estero che, operando in regime di monopolio o di quasi monopolio [32)], ha forte interesse a stipulare accordi di tipo bilaterale con un solo operatore (generalmente l'ex monopolista) in grado di garantirgli i maggiori volumi di traffico di terminazione e che sia, a sua volta, destinazione della massima parte del traffico inverso.

162. Tuttavia, come già evidenziato, l'analisi ha rilevato una progressiva diffusione di modalità di instradamento del traffico internazionale alternative agli accordi bilaterali (ad esempio, l'*hubbing*), che possono essere facilmente adottate dagli operatori, aggirando, in tal modo, le asimmetrie competitive determinate dagli accordi tradizionali.

163. Alla luce delle suddette considerazioni, si può asserire che nei mercati in cui è presente un operatore con una quota di mercato persistentemente elevata che non ricorre alla stipula di accordi bilaterali per terminare le chiamate, ma utilizza forme di instradamento alternative come l'*hubbing*, non vi siano elevate barriere all'ingresso.

164. Al contrario, nei mercati in cui l'operatore con una quota di mercato persistentemente elevata ricorre alla stipula di accordi bilaterali per terminare le chiamate verso quella destinazione ed è l'unico, o quasi l'unico, ad utilizzare questa modalità di instradamento del traffico, si può ragionevolmente ritenere che tali accordi costituiscano di fatto un ostacolo per l'ingresso e l'affermazione di altri operatori nel mercato. Ciò perché, evidentemente, le condizioni di terminazione ottenute dall'operatore del Paese di destinazione attraverso la stipula dell'accordo sono difficilmente replicabili con modalità alternative di terminazione.

165. In virtù di quanto detto, con riferimento ai 26 mercati in cui è presente un operatore con quota di mercato uguale o superiore al 40% nei tre periodi considerati (tabella 3), l'Autorità ha rilevato che:

[32)] A causa di una minore apertura del mercato delle telecomunicazioni del Paese di destinazione della chiamata..

a) in 7 mercati - Andorra, Costa D'Avorio, Kuwait, Mali, Togo, Paesi membri dell'Ue e Svizzera - non vi sono elevate barriere all'ingresso e che, pertanto, la presenza di concorrenza potenziale determini di fatto dei vincoli al comportamento delle imprese con una quota persistentemente elevata, tale da ridurre notevolmente un'eventuale possibilità di esercizio di un significativo potere di mercato.

b) in 19 mercati - Albania, Bielorussia, Bosnia Srpske, Cuba, Emirati Arabi Uniti, Eritrea, Malta, Senegal, Serbia e Montenegro, Slovacchia, Thuraya, Croazia, Repubblica Ceca, Romania, Slovenia, Ungheria, Egitto, Lettonia, Lituania - si osserva la presenza di barriere all'ingresso, che determinano condizioni di asimmetria tra gli operatori. Tuttavia, si fa presente che la maggior parte di tali 19 mercati attira una quota marginale del traffico internazionale totale, inferiore all'1% nei tre periodi (come indicato in tabella 1).

166. Da ultimo, l'Autorità ha valutato il livello delle barriere all'ingresso anche per gli 86 mercati che non presentano operatori con una quota di mercato persistentemente elevata, in quanto - come indicato nelle linee guida - anche in presenza di quote di mercato inferiori al 40% non si può escludere del tutto una posizione di significativo potere di mercato [33)]. Al riguardo, sebbene in tali mercati vi siano uno o più operatori che ricorrono alla stipula di accordi bilaterali, la presenza di altri operatori che instradano significativi volumi di traffico internazionale ricorrendo a modalità alternative di terminazione fa presumere che le condizioni di terminazione ottenute tramite la stipula di accordi bilaterali siano facilmente replicabili e che, quindi, non vi siano ostacoli all'ingresso nei mercati in esame.

Contropotere di acquisto

167. L'Autorità ritiene che gli acquirenti dei servizi di terminazione internazionale verso qualsiasi direttrice esercitino un notevole contropotere di acquisto in grado di ridurre significativamente il potere di mercato dei fornitori.

168. In primo luogo, gli acquirenti dei servizi di terminazione dispongono della possibilità teorica di cambiare fornitore perchè in ciascun mercato rilevante oggetto di analisi vi sono numerosi offerenti del servizio di terminazione internazionale (tabella 2).

169. In secondo luogo, come evidenziato più volte nel corso dell'analisi, nei mercati in esame si registra, di fatto, una frequente migrazione degli acquirenti tra i vari fornitori che riflette le differenti condizioni economiche praticate, di volta in volta, dagli operatori del mercato per il servizio di terminazione delle chiamate verso le diverse direttrici. In particolare, molti acquirenti di terminazione internazionale selezionano il proprio fornitore mediante la cosiddetta tecnica di least cost routing. La maggior parte degli acquirenti, infatti, confronta costantemente - con cadenza mensile o anche settimanale - i listini del servizio di terminazione internazionale dei diversi fornitori per selezionare l'offerta più conveniente (least cost) e, quindi decidere, da quale operatore acquistare il servizio. Peraltro, molti acquirenti di terminazione internazionale, essendo al contempo venditori del servizio, hanno la possibilità di valutare facilmente le alternative presenti nel mercato e, quindi, sono in grado di cambiare prontamente fornitore.

Integrazione verticale

170. Nei mercati in esame si osservano più operatori che sono integrati verticalmente nel mercato al dettaglio dei servizi di telefonia internazionale: oltre al gruppo Telecom Italia ed a Eutelia, vi sono ad esempio BT Italia, Wind, Tele 2, Colt.

[33)] Cfr. Linee Guida, paragrafo 75.

171. Pertanto, tali operatori, e non solo quelli in possesso di una significativa quota di mercato, possono beneficiare della possibilità di razionalizzare i propri costi di natura tecnico-operativa ed effettuare scelte coordinate tra livelli *wholesale* e *retail* della catena del valore.

Facilità di accesso ai mercati finanziari

172. Nei mercati in esame sono presenti molti operatori appartenenti ad importanti gruppi nazionali ed internazionali: Telecom Italia, British Telecom, Verizon Business, T-Systems, Wavecrest, Wind. Pertanto, in termini di capacità di accesso ai mercati finanziari e delle relative condizioni ottenibili, non si riscontrano significative asimmetrie tra gli operatori attivi nel mercato.

Vantaggi o superiorità a livello tecnologico

173. Per le medesime considerazioni espresse al punto precedente, nei mercati in esame non sembrano sussistere particolari vantaggi o superiorità tecnologiche in capo a singoli operatori e, quindi, anche in capo agli operatori con una quota di mercato significativa.

174. Infatti, molti operatori presenti nei mercati di riferimento appartengono a importanti gruppi internazionali e sono, dunque, dotati di considerevoli risorse, di una consolidata esperienza e possono sfruttare eventuali condizioni vantaggiose offerte dai propri gruppi di riferimento nell'approvvigionamento degli *input* necessari per la fornitura del servizio di terminazione internazionale.

3.3. *Conclusioni circa la presenza di operatori con significativo potere di mercato nei 112 mercati suscettibili di regolamentazione ex ante*

175. Sulla base dell'analisi descritta nei paragrafi precedenti - relativa a: i) dimensione e dinamica dei mercati; ii) numero degli operatori presenti nei mercati; iii) livello e andamento delle quote di mercato; iv) livello delle barriere all'ingresso e concorrenza potenziale; v) contropotere contrattuale dell'acquirente; vi) grado di integrazione verticale; vii) facilità di accesso ai mercati finanziari; viii) esistenza di vantaggi o superiorità a livello tecnologico - nonché della constatazione di una significativa volatilità delle condizioni economiche praticate in tali mercati, che determina continue variazioni nelle modalità di fornitura del servizio di terminazione internazionale verso ogni singola direttrice da parte degli operatori (make or buy), l'Autorità ritiene che non vi siano operatori aventi significativo potere di mercato in nessuno dei 112 mercati rilevanti esaminati.

176. Pertanto, l'Autorità non impone obblighi di carattere regolamentare su tali mercati.

177. La sintesi dell'analisi svolta sui 217 mercati rilevanti della terminazione internazionale è contenuta nello schema riportato nell'allegato B5.

4. Si condividono le conclusioni raggiunte dall'Autorità in merito alla valutazione del grado di concorrenza esistente nei 112 mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione ex ante? In particolare, si condivide l'assenza di operatori con significativo potere di mercato in ciascuno dei 112 mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione ex ante?

Osservazioni degli operatori

178. TI Sparkle condivide le conclusioni dell'Autorità in merito alla valutazione del grado di concorrenza nei 112 mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione *ex ante* nonché all'assenza di operatori con significativo potere di mercato nei mercati considerati. TI Sparkle sostiene, inoltre, che il riscontro di una posizione di significativo potere di mercato appare irrilevante oggi ed irrealizzabile in futuro per l'esistenza di condizioni concorrenziali per ciascuna direttrice di traffico analizzata.

179. Per quanto riguarda i criteri per la valutazione del significativo potere di mercato, con riferimento alla dimensione e dinamica dei mercati, TI Sparkle concorda con l'Autorità sulle difficoltà di stima del mercato. Ad avviso di TI Sparkle, tuttavia, le quote di mercato andrebbero calcolate solo sul traffico *addressable*, cioè quello contendibile, escludendo il traffico *captive*. Rispetto al criterio del numero di operatori presenti nei mercati, l'operatore concorda con l'Autorità. Per quanto concerne l'andamento e le quote di mercato, TI Sparkle ribadisce che l'analisi dovrebbe limitarsi a considerare il solo traffico contendibile, escludendo il traffico interno; in tal caso la definizione di TI Sparkle come operatore che detiene una quota significativa, sarebbe da escludere. TI Sparkle concorda con l'Autorità sul fatto che le quote di mercato, da sole, sono un indicatore non sufficiente ad individuare la presenza di operatori con significativo potere di mercato. Per quanto riguarda i restanti criteri, cioè il livello delle barriere all'ingresso e concorrenza potenziale, il contropotere di acquisto, il grado di integrazione verticale, la facilità di accesso ai mercati finanziari e la presenza di vantaggi o superiorità a livello tecnologico, TI Sparkle è in linea con le posizioni espresse dall'Autorità.

180. In sintesi, TI Sparkle concorda con le conclusioni dell'Autorità secondo cui l'analisi congiunta di tutti i criteri porta ad escludere la costituzione di una posizione dominante in ciascuno dei 112 mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

Valutazioni dell'Autorità

181. Contrariamente a quanto osservato da TI Sparkle, l'Autorità ritiene che i mercati in oggetto debbano essere analizzati considerando sia il traffico *addressable* sia il traffico *captive*. Le condizioni che hanno giustificato l'orientamento dell'Autorità nella delibera n. 13/01/CIR, di escludere il traffico *captive*, non sono applicabili a questa analisi. Infatti, la decisione degli operatori integrati verticalmente di instradare e terminare il traffico in proprio (traffico *captive*) o di ricorrere ad altri operatori (traffico addressable) risulta variabile nel tempo, in quanto dipende dai continui cambiamenti delle condizioni economiche del mercato. Pertanto, per un operatore integrato verticalmente, i volumi che le divisioni all'ingrosso vendono alle divisioni al dettaglio risultano influenzati dalle variazioni dei prezzi praticati nel mercato dagli altri operatori.

182. L'Autorità, come affermato al punto 158, ha comunque esaminato gli sviluppi delle quote di mercato considerando il solo traffico addressable. La posizione di TI Sparkle, come operatore che detiene una quota di mercato persistentemente elevata, resta comunque confermata.

183. Alla luce dell'analisi svolta, l'Autorità ritiene che nei 112 mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione *ex ante* si riscontri effettiva concorrenza e, in particolare, non si registrino posizioni di significativo potere di mercato. Pertanto, l'Autorità ritiene che non ricorrano le condizioni per un intervento regolamentare.

Allegato B1

Lista dei mercati rilevanti del servizio di terminazione internazionale verso singole direttrici

1	AFGHANISTAN	46	CONGO	91	IRAN	136	NICARAGUA
2	ALBANIA	47	COOK	92	IRAQ	137	NIGER
3	ALGERIA	48	COREA DEL NORD	93	ISLANDA	138	NIGERIA
4	ANDORRA	49	COREA DEL SUD	94	ISOLE VERGINI AMERICANE	139	NIUE
5	ANGOLA	50	COSTA D'AVORIO	95	ISOLE VERGINI BRITANNICHE	140	NORFOLK
6	ANGUILLA	51	COSTA RICA	96	ISRAELE	141	NUOVA CALEDONIA
7	ANTIGUA	52	CROAZIA	97	KAZAKISTAN	142	NUOVA ZELANDA
8	ANTILLE OLANDESI	53	CUBA	98	KENYA	143	OMAN
9	ARABIA SAUDITA	54	DIEGO GARCIA	99	KIRGHIZISTAN	144	PAKISTAN
10	ARGENTINA	55	DOMINICA	100	KIRIBATI	145	PALAU
11	ARMENIA	56	ECUADOR	101	KOSOVO	146	PALESTINA
12	ARUBA	57	EGITTO	102	KUWAIT	147	PANAMA
13	ASCENSION	58	EL SALVADOR	103	LAOS	148	PAPUA N. GUINEA
14	AUSTRALIA	59	EMIRATI ARABI UNITI	104	LESOTHO	149	PARAGUAY
15	AZERBAIJAN	60	ERITREA	105	LETTONIA	150	PERU'
16	BAHAMAS	61	ESTONIA	106	LIBANO	151	POLINESIA FRANCESE
17	BAHREIN	62	ETIOPIA	107	LIBERIA	152	POLONIA
18	BANGLADESH	63	FALKLAND	108	LIBIA	153	QATAR
19	BARBADOS	64	FAROER	109	LIECHTENSTEIN	154	REPUBBLICA CECA
20	BELIZE	65	FIGI	110	LITUANIA	155	REPUBBLICA CENTRAFRICANA
21	BENIN	66	FILIPPINE	111	MACAO	156	REPUBBLICA DOMENICANA
22	BERMUDA	67	GABON	112	MACEDONIA	157	RIUNIONE
23	BHUTAN	68	GAMBIA	113	MADAGASCAR	158	ROMANIA
24	BIELORUSSIA	69	GEORGIA	114	MALAWI	159	RUANDA
25	BIRMANIA	70	GHANA	115	MALAYSIA	160	RUSSIA
26	BOLIVIA	71	GIAMAICA	116	MALDIVE	161	S. LUCIA
27	BOSNIA ERZEGOVINA	72	GIAPPONE	117	MALI	162	S. PIERRE E MIQUELON
28	BOSNIA H-MOSTAR	73	GIBILTERRA	118	MALTA	163	SAINT KITTS E NEVIS
29	BOSNIA SRPSKE	74	GIBUTI	119	MARIANNE	164	SAINT VINCENT
30	BOTSWANA	75	GIORDANIA	120	MAROCCO	165	SALOMONE
31	BRASILE	76	GRENADA	121	MARSHALL	166	SAMOA
32	BRUNEI	77	GROENLANDIA	122	MARTINICA	167	SAMOA AMERICANE
33	BULGARIA	78	GUADALUPA	123	MAURITANIA	168	SAN MARINO
34	BURKINA FASO	79	GUAM	124	MAURIZIO	169	SANT'ELENA
35	BURUNDI	80	GUATEMALA	125	MAYOTTE	170	SAO TOME E PRINCIPE
36	CAMBOGIA	81	GUINEA	126	MESSICO	171	SEICELLE
37	CAMERUN	82	GUINEA BISSAU	127	MICRONESIA	172	SENEGAL
38	CAPO VERDE	83	GUINEA EQUATOR	128	MOLDAVIA	173	SERBIA E MONTENEGRO
39	CAYMAN	84	GUYANA	129	MONACO PRINC	174	SIERRA LEONE
40	CIAD	85	GUYANA FRANCESE	130	MONGOLIA	175	SINGAPORE
41	CILE	86	HAITI	131	MONTSERRAT	176	SIRIA
42	CINA	87	HONDURAS	132	MOZAMBICO	177	SLOVACCHIA
43	CIPRO	88	HONG KONG	133	NAMIBIA	178	SLOVENIA
44	COLOMBIA	89	INDIA	134	NAURU	179	SOMALIA
45	COMORE	90	INDONESIA	135	NEPAL	180	SRI LANKA

181	SUD AFRICA	191	TOGO	201	UGANDA	211	ZAMBIA
182	SUDAN	192	TOKELAU	202	UNGHERIA	212	ZIMBABWE
183	SURINAME	193	TONGA	203	URUGUAY	213	CANADA
184	SWAZILAND	194	TRINIDAD E TOBAGO	204	UZBEKISTAN	214	NORVEGIA
185	TAGIKISTAN	195	TUNISIA	205	VANUATU	215	PAESI MEMBRI DELL'UE
186	TAIWAN	196	TURCHIA	206	VENEZUELA	216	STATI UNITI
187	TANZANIA	197	TURKMENISTAN	207	VIET NAM	217	SVIZZERA
188	THAILANDIA	198	TURKS E CAICOS	208	WALLIS E FUTUNA		
189	THURAYA	199	TUVALU	209	YEMEN		
190	TIMOR EST	200	UCRAINA	210	ZAIRE		

Allegato B2

Lista dei 105 mercati rilevanti del servizio di terminazione internazionale verso singole direttrici non suscettibili di regolamentazione *ex ante*

1	AFGHANISTAN	28	FAROER	55	MACAO	82	SAINT VINCENT
2	ANGUILLA	29	FIGI	56	MALDIVE	83	SALOMONE
3	ANTIGUA	30	GAMBIA	57	MARIANNE	84	SAMOA
4	ANTILLE OLANDESI	31	GEORGIA	58	MARSHALL	85	SAMOA AMERICANE
5	ARMENIA	32	GIAMAICA	59	MARTINICA	86	SANT'ELENA
6	ARUBA	33	GIBILTERRA	60	MAURITANIA	87	SAO TOME E PRINCIPE
7	ASCENSION	34	GRENADA	61	MAYOTTE	88	SIERRA LEONE
8	AZERBAIJAN	35	GROENLANDIA	62	MICRONESIA	89	SOMALIA
9	BAHAMAS	36	GUADALUPA	63	MONGOLIA	90	SUDAN
10	BARBADOS	37	GUAM	64	MONTSERRAT	91	SURINAME
11	BELIZE	38	GUATEMALA	65	NAMIBIA	92	SWAZILAND
12	BERMUDA	39	GUINEA	66	NAURU	93	TAGIKISTAN
13	BHUTAN	40	GUINEA BISSAU	67	NEPAL	94	TIMOR EST
14	BIRMANIA	41	GUINEA EQUATOR	68	NICARAGUA	95	TOKELAU
15	BOTSWANA	42	GUYANA	69	NIGER	96	TONGA
16	BURUNDI	43	GUYANA FRANCESE	70	NIUE	97	TRINIDAD E TOBAGO
17	CAMBOGIA	44	HAITI	71	NORFOLK	98	TURKMENISTAN
18	CAPO VERDE	45	IRAQ	72	NUOVA CALEDONIA	99	TURKS E CAICOS
19	CAYMAN	46	ISLANDA	73	PALAU	100	TUVALU
20	CIAD	47	ISOLE VERGINI AMERICANE	74	PAPUA N. GUINEA	101	UGANDA
21	COMORE	48	ISOLE VERGINI BRITANNICHE	75	POLINESIA FRANCESE	102	UZBEKISTAN
22	COOK	49	KAZAKISTAN	76	REPUBBLICA CENTRAFRICANA	103	VANUATU
23	COREA DEL NORD	50	KIRGHIZISTAN	77	RIUNIONE	104	WALLIS E FUTUNA
24	DIEGO GARCIA	51	KIRIBATI	78	RUANDA	105	ZAIRE
25	DOMINICA	52	LAOS	79	S. LUCIA		
26	EL SALVADOR	53	LESOTHO	80	S. PIERRE E MIQUELON		
27	FALKLAND	54	LIBERIA	81	SAINT KITTS E NEVIS		

Allegato B3

Lista dei 112 mercati rilevanti del servizio di terminazione internazionale verso singole direttrici suscettibili di regolamentazione *ex ante*

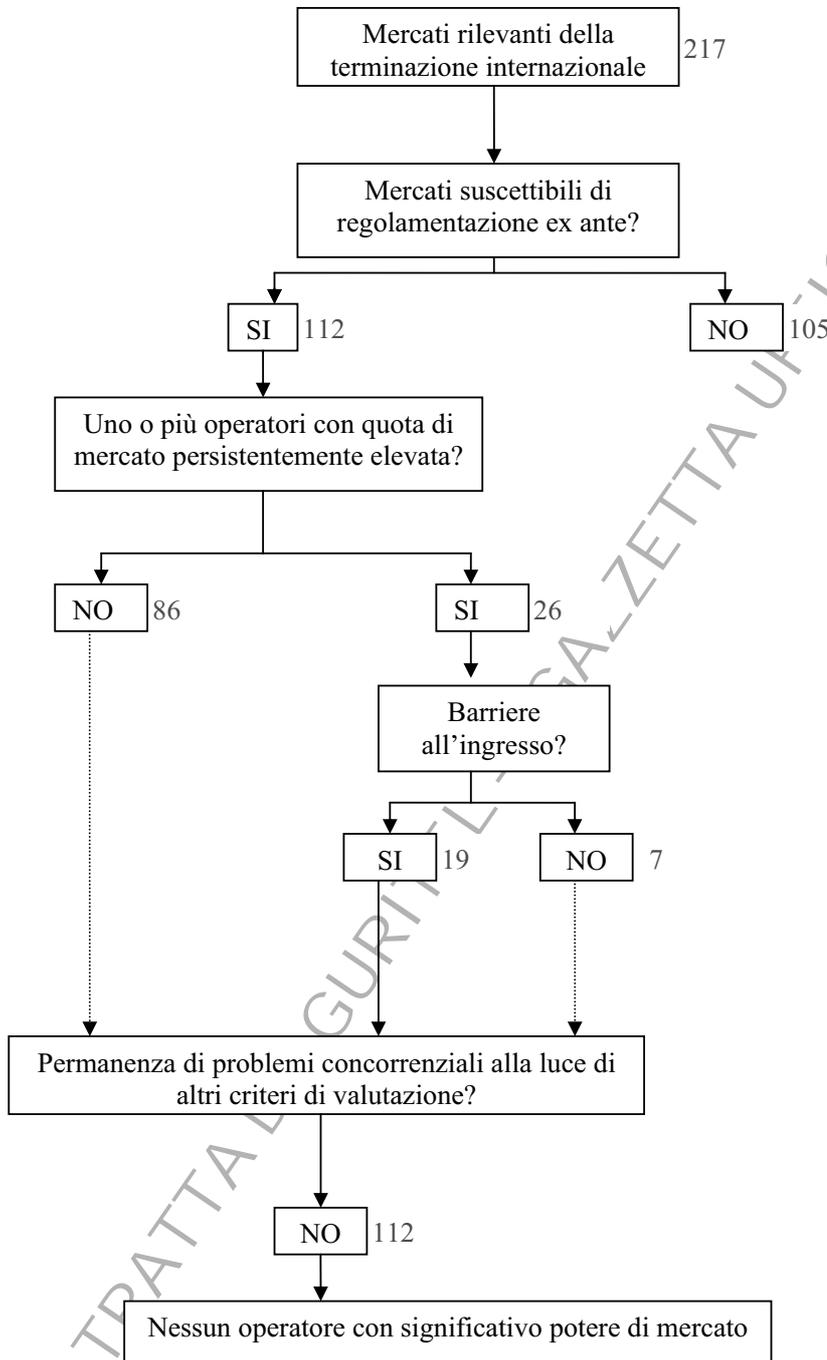
1	ALBANIA	29	CROAZIA	57	MACEDONIA	85	SENEGAL
2	ALGERIA	30	CUBA	58	MADAGASCAR	86	SERBIA E MONTENEGRO
3	ANDORRA	31	ECUADOR	59	MALAWI	87	SINGAPORE
4	ANGOLA	32	EGITTO	60	MALAYSIA	88	SIRIA
5	ARABIA SAUDITA	33	EMIRATI ARABI UNITI	61	MALI	89	SLOVACCHIA
6	ARGENTINA	34	ERITREA	62	MALTA	90	SLOVENIA
7	AUSTRALIA	35	ESTONIA	63	MAROCCO	91	SRI LANKA
8	BAHREIN	36	ETIOPIA	64	MAURIZIO	92	SUD AFRICA
9	BANGLADESH	37	FILIPPINE	65	MESSICO	93	TAIWAN
10	BENIN	38	GABON	66	MOLDAVIA	94	TANZANIA
11	BIELORUSSIA	39	GHANA	67	MONACO PRINC	95	THAILANDIA
12	BOLIVIA	40	GIAPPONE	68	MOZAMBICO	96	THURAYA
13	BOSNIA ERZEGOVINA	41	GIBUTI	69	NIGERIA	97	TOGO
14	BOSNIA H-MOSTAR	42	GIORDANIA	70	NUOVA ZELANDA	98	TUNISIA
15	BOSNIA SRPSKE	43	HONDURAS	71	OMAN	99	TURCHIA
16	BRASILE	44	HONG KONG	72	PAKISTAN	100	UCRAINA
17	BRUNEI	45	INDIA	73	PALESTINA	101	UNGHERIA
18	BULGARIA	46	INDONESIA	74	PANAMA	102	URUGUAY
19	BURKINA FASO	47	IRAN	75	PARAGUAY	103	VENEZUELA
20	CAMERUN	48	ISRAELE	76	PERU'	104	VIET NAM
21	CILE	49	KENYA	77	POLONIA	105	YEMEN
22	CINA	50	KOSOVO	78	QATAR	106	ZAMBIA
23	CIPRO	51	KUWAIT	79	REPUBBLICA CECA	107	ZIMBABWE
24	COLOMBIA	52	LETTONIA	80	REPUBBLICA DOMENICANA	108	CANADA
25	CONGO	53	LIBANO	81	ROMANIA	109	NORVEGIA
26	COREA DEL SUD	54	LIBIA	82	RUSSIA	110	PAESI MEMBRI DELL'UE
27	COSTA D'AVORIO	55	LIECHTENSTEIN	83	SAN MARINO	111	STATI UNITI
28	COSTA RICA	56	LITUANIA	84	SEICELLE	112	SVIZZERA

Allegato B4

Lista degli 86 mercati rilevanti del servizio di terminazione internazionale verso singole direttrici, suscettibili di regolamentazione *ex ante*, in cui nessun operatore detiene quote di mercato persistentemente ≥ 40%

1	ALGERIA	23	COSTA RICA	45	MADAGASCAR	67	SEICELLE
2	ANGOLA	24	ECUADOR	46	MALAWI	68	SINGAPORE
3	ARABIA SAUDITA	25	ESTONIA	47	MALAYSIA	69	SIRIA
4	ARGENTINA	26	ETIOPIA	48	MAROCCO	70	SRI LANKA
5	AUSTRALIA	27	FILIPPINE	49	MAURIZIO	71	SUD AFRICA
6	BAHREIN	28	GABON	50	MESSICO	72	TAIWAN
7	BANGLADESH	29	GHANA	51	MOLDAVIA	73	TANZANIA
8	BENIN	30	GIAPPONE	52	MONACO PRINC	74	THAILANDIA
9	BOLIVIA	31	GIBUTI	53	MOZAMBICO	75	TUNISIA
10	BOSNIA ERZEGOVINA	32	GIORDANIA	54	NIGERIA	76	TURCHIA
11	BOSNIA H-MOSTAR	33	HONDURAS	55	NUOVA ZELANDA	77	UCRAINA
12	BRASILE	34	HONG KONG	56	OMAN	78	URUGUAY
13	BRUNEI	35	INDIA	57	PAKISTAN	79	VENEZUELA
14	BULGARIA	36	INDONESIA	58	PALESTINA	80	VIET NAM
15	BURKINA FASO	37	IRAN	59	PANAMA	81	YEMEN
16	CAMERUN	38	ISRAELE	60	PARAGUAY	82	ZAMBIA
17	CILE	39	KENYA	61	PERU'	83	ZIMBABWE
18	CINA	40	KOSOVO	62	POLONIA	84	CANADA
19	CIPRO	41	LIBANO	63	QATAR	85	NORVEGIA
20	COLOMBIA	42	LIBIA	64	REPUBBLICA DOMENICANA	86	STATI UNITI
21	CONGO	43	LIECHTENSTEIN	65	RUSSIA		
22	COREA DEL SUD	44	MACEDONIA	66	SAN MARINO		

Allegato B5

Sintesi dell'analisi svolta sui 217 mercati rilevanti della terminazione internazionale verso singole direttrici

07A10573

DELIBERAZIONE 4 dicembre 2007.

Mercato al dettaglio dei Servizi di accesso ad internet in modalità *DIAL-UP*. Identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere. (Deliberazione n. 606/07/CONS).

L'AUTORITA
PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Nella sua riunione di Consiglio del 4 dicembre 2007;

Vista la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante «Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo»;

Visto il decreto legislativo 1º agosto 2003, n. 259, recante «Codice delle comunicazioni elettroniche», pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 215 del 15 settembre 2003;

Vista la raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi nell'ambito del nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche, relativamente all'applicazione di misure *ex ante* secondo quanto disposto dalla direttiva 2002/21/CE dell'11 febbraio 2003, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* delle Comunità europee L 114 dell'8 maggio 2003;

Vista la delibera n. 118/04/CONS del 5 maggio 2004, recante «Disciplina dei procedimenti istruttori di cui al nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 116 del 19 maggio 2004;

Vista la delibera n. 373/05/CONS del 16 settembre 2005, che modifica la delibera n. 118/04/CONS recante «Disciplina dei procedimenti istruttori di cui al nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 230 del 3 ottobre 2005;

Vista la delibera n. 731/06/CONS del 19 dicembre 2006, che modifica ulteriormente la delibera n. 118/04/CONS recante «Disciplina dei procedimenti istruttori di cui al nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 4 del 5 gennaio 2007;

Vista la delibera n. 320/04/CONS del 6 ottobre 2004, recante «Proroga dei termini di conclusione dei procedimenti istruttori di cui alla delibera n. 118/04/CONS» pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 241 del 13 ottobre 2004;

Vista la delibera n. 29/05/CONS del 10 gennaio 2005, recante «Proroga dei termini di conclusione dei procedimenti istruttori di cui alla delibera n. 118/04/CONS» pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 16 del 21 gennaio 2005;

Vista la delibera n. 239/05/CONS del 22 giugno 2005, recante «Proroga dei termini di conclusione dei procedimenti istruttori di cui alla delibera n. 118/04/CONS» pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 159 dell'11 luglio 2005;

Vista la delibera n. 2/06/CONS del 12 gennaio 2006, recante «Proroga dei termini di conclusione dei procedimenti istruttori di cui alla delibera n. 118/04/CONS» pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 32 dell'8 febbraio 2006;

Vista la delibera n. 217/01/CONS del 24 maggio 2001, recante «Regolamento concernente l'accesso ai documenti» pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 141 del 20 giugno 2001;

Vista la delibera n. 335/03/CONS del 24 settembre 2003, recante «Modifiche e integrazioni al regolamento concernente l'accesso ai documenti approvato con delibera n. 217/01/CONS», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 240 del 15 ottobre 2003;

Vista la delibera n. 453/03/CONS del 23 dicembre 2003, recante il «Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all'art. 11 del decreto legislativo 1º agosto 2003, n. 259», pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 22 del 28 gennaio 2004;

Vista la legge n. 59 dell'8 aprile 2002, recante la «Disciplina relativa alla fornitura di servizi di accesso ad Internet», pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 86 del 12 aprile 2002;

Vista la delibera n. 219/02/CONS del 10 luglio 2002, recante l'«Aggiornamento dell'elenco degli operatori aventi significativo potere di mercato sul mercato dell'accesso ad Internet», pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 192 del 17 agosto 2002;

Vista la delibera n. 417/06/CONS del 28 giugno 2006, recante «Mercati della raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere (mercati n. 8, 9 e 10 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della commissione europea)», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 208 del 7 settembre 2006;

Considerato che la Commissione europea, nel parere SG-Greffe (2006) D/202771 del 24 maggio 2006 relativo allo schema di provvedimento sui mercati della raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa (mercati n. 8, 9 e 10), nel condividere la rimozione della notifica in capo a Telecom Italia nel mercato all'ingrosso della terminazione Internet *dial-up*, ha contemporaneamente invitato l'Autorità ad aprire, ai sensi dell'art. 7, comma 3 della direttiva quadro, un procedimento di analisi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*, anche al fine di revocare eventuali obblighi vigenti in questo specifico mercato;

Vista la delibera n. 589/06/CONS del 27 settembre 2006, recante «Avvio del procedimento istruttorio di Identificazione ed analisi dei mercati del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*» ai sensi degli art. 18 e 19 del Codice delle

comunicazioni elettroniche, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 239 del 13 ottobre 2006;

Vista la delibera n. 344/07/CONS del 28 giugno 2007, recante «Consultazione pubblica sull'identificazione ed analisi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad internet in modalità *dial-up* sulla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 170 del 24 luglio 2007;

Vista la delibera n. 353/07/CONS dell'11 luglio 2007, recante «Proroga dei termini del procedimento istruttorio di cui alla delibera 589/06/CONS relativo alla "Identificazione ed analisi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*"», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 179 del 3 agosto 2007;

Ritenuto necessario, ai sensi dell'art. 11 del Codice delle comunicazioni elettroniche, consentire alle parti interessate di presentare le proprie osservazioni sugli orientamenti dell'Autorità in merito al tema in esame;

Visti i contributi prodotti dalle Società Telecom Italia S.p.A., Tiscali S.p.A. e Wind;

Visto il parere dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato («AGCM») richiesto ai sensi degli articoli 8 e 19 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, e pervenuto in data 14 novembre 2007 relativo allo schema di provvedimento concernente il «Mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* - Identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere» adottato dall'Autorità in data 3 ottobre 2007 e trasmesso all'AGCM in data 9 ottobre 2007;

Considerato che l'Autorità garante della concorrenza e del mercato condivide la definizione di mercato rilevante fornita dall'Autorità e quindi la scelta di ricomprendere in un unico mercato — in ragione di un sufficiente grado di fungibilità — sia i servizi forniti sulla base di condizioni economiche minutarie sia i servizi forniti sulla base di condizioni economiche forfettarie, sia i servizi forniti su numerazioni geografiche o 701, sia i servizi forniti su numerazioni 700, 702 e 709;

Considerato che l'AGCM condivide la decisione dell'Autorità di considerare il mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* di dimensioni nazionali;

Considerato che l'AGCM concorda con l'Autorità in merito alla non sussistenza di due delle tre condizioni da soddisfarsi cumulativamente affinché un mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante* e pertanto condivide le conclusioni raggiunte dall'Autorità «in merito al prevalere, dal punto di vista regolamentare, di condizioni di mercato tali da giustificare la rimozione degli obblighi *ex ante* nell'offerta di servizi al dettaglio di accesso commutato ad Internet»;

Vista la lettera della Commissione europea SG-Greffe (2007) D/206854 dell'8 novembre 2007 relativa allo schema di provvedimento concernente il «Mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* - Identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere», notificato alla Commissione europea ed ai Paesi membri in data 9 ottobre 2007;

Considerato che la Commissione, nella propria lettera, non ha formulato alcun commento e ha rilevato che, «secondo quanto stabilito dall'art. 7, comma 5, della direttiva quadro, l'Autorità può adottare la decisone finale e, in tal caso, comunicarla alla Commissione»;

Udita la relazione dei commissari Gianluigi Magri e Roberto Napoli, relatori ai sensi dell'art. 29 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

Delibera:

Art. 1.

Identificazione del mercato rilevante e degli operatori aventi significativo potere di mercato

1. L'Autorità adotta l'analisi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad internet in modalità *dial-up*, svolta tenendo in massima considerazione la Raccomandazione relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche e le Linee direttrici, ai sensi dell'art. 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

2. Il testo dell'analisi di mercato è riportato nell'allegato A alla presente delibera e ne costituisce parte integrante ed essenziale.

3. L'Autorità definisce il mercato nazionale al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* come il come l'offerta e la domanda di servizi di accesso ad Internet in modalità commutata su linee analogiche, e su linee ISDN-B; esso comprende tanto i servizi offerti con tariffa minutaria, quanto quelli offerti forfetariamente, ricorrendo a numerazioni geografiche e non geografiche.

4. Il mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* ha dimensione nazionale.

Art. 2.

Suscettibilità del mercato alla regolamentazione ex ante

1. Il mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* non soddisfa cumulativamente i tre criteri identificati dalla Commissione europea al paragrafo 3.2. della raccomandazione (c.d. *three criteria test*) affinché un mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

Art. 3.

Revoca degli obblighi

1. Sono revocati gli obblighi in capo a Telecom Italia di seguito elencati:

a) l'obbligo introdotto dalla delibera 219/02/CONS di comunicazione delle condizioni di offerta di cui all'art. 7, comma 12 del decreto del Presidente della Repubblica n. 318/1997, fatto salvo quanto stabilito dall'art. 71 del Codice delle comunicazioni elettroniche e dal decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, così come convertito dalla legge 2 aprile 2007, n. 40;

b) l'obbligo di verifica dei prezzi dei servizi finali di cui all'art. 4 delibera n. 152/02/CONS, come specificato nell'allegato E della stessa delibera, fatto salvo quanto previsto dall'art. 10 del Codice delle comunicazioni;

c) l'obbligo di non differenziazione dei prezzi al dettaglio relativi alle numerazioni 701 al variare dell'operatore di terminazione di cui al Capo III, art. 14, comma 24 della delibera 417/06/CONS;

nonché quelli esplicitamente riferiti al mercato nazionale al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*.

La presente delibera è notificata alla società Telecom Italia s.p.a., ed è pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, nel Bollettino ufficiale dell'Autorità e nel sito web dell'Autorità www.agcom.it.

La presente delibera è trasmessa alla Commissione europea ed alle Autorità di regolamentazione degli Stati membri dell'Unione europea.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio ai sensi dell'art. 1, comma 26, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

Roma, 4 dicembre 2007

Il presidente: Calabrò

I commissari relatori: Magri - Napoli

Allegato A
alla delibera n. 606/07/CONS

IDENTIFICAZIONE ED ANALISI DEL MERCATO AL DETTAGLIO DEI SERVIZI DI ACCESSO AD INTERNET IN MODALITÀ DIAL-UP, SULLA VALUTAZIONE DI SUSSISTENZA DEL SIGNIFICATIVO POTERE DI MERCATO PER LE IMPRESE IVI OPERANTI E SUGLI OBBLIGHI REGOLAMENTARI CUI VANNO SOGGETTE LE IMPRESE CHE DISPONGONO DI UN TALE POTERE

1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO E REGOLAMENTARE

Quadro di riferimento normativo

1. Il 24 aprile 2002 le Istituzioni europee hanno adottato il nuovo pacchetto regolamentare che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica.

2. Il nuovo quadro regolamentare si compone principalmente di cinque direttive:

a) direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (2002/21/CE), c.d. «direttiva quadro» [1];

b) direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (2002/20/CE), c.d. «direttiva autorizzazioni» [2];

c) direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa all'accesso e alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all'interconnessione delle medesime (2002/19/CE), c.d. «direttiva accesso» [3];

d) direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (2002/22/CE), c.d. direttiva servizio universale»[4];

e) direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 luglio 2002 relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (2002/58/CE), c.d. «direttiva protezione dati»[5].

3. Nel contesto del nuovo quadro regolamentare, particolare rilievo rivestono altri tre atti, ovvero:

a) la Raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi nell'ambito del nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche, relativamente all'applicazione di misure *ex ante* secondo quanto disposto dalla direttiva 2002/21/CE, adottata l'11 febbraio 2003[6] (di seguito, la Raccomandazione);

b) le Linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, adottate dalla Commissione il 9 luglio 2002 [7] (di seguito, le Linee direttrici o Linee guida);

c) la Raccomandazione relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all'art. 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 23 luglio 2003 [8] (di seguito, la Raccomandazione sull'art. 7).

4. Il nuovo quadro normativo sopra delineato ed, in particolare, la direttiva quadro, la direttiva accesso, la direttiva autorizzazioni e la direttiva servizio universale sono state recepite, in Italia, dal decreto legislativo 259/03 del 1º agosto 2003, recante «Codice delle comunicazioni elettroniche»[9] (di seguito, anche il Codice).

5. La Raccomandazione ha ad oggetto i diciotto mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi del settore delle comunicazioni elettroniche le cui caratteristiche sono tali da giustificare l'imposizione degli obblighi di regolamentazione *ex ante*. L'art. 15, comma 3 e l'art. 7, comma 4, della direttiva quadro prevedono che uno Stato membro, ove ricorrano particolari circostanze, possa identificare un mercato rilevante differente da quelli previsti dalla raccomandazione. Tali disposizioni sono state recepite dall'art. 18 e dall'art. 12, comma 4 del Codice.

---

[1] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 33.
[2] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 21.
[3] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 7.
[4] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 51.
[5] In GUCE L 201 del 31 luglio 2002, pag. 37. A queste direttive deve aggiungersi la direttiva della Commissione europea sulla concorrenza nei mercati delle reti e servizi di comunicazione elettronica del 16 settembre 2002 (2002/77/CE, c.d. «direttiva concorrenza», in GUCE L 249 del 17 settembre 2002, pag. 21), la decisione della Commissione europea del 29 luglio 2002 che istituisce il gruppo dei «Regolatori europei per le reti e i servizi di comunicazione elettronica» (2002/627/CE, in GUCE L 200 del 30 luglio 2002, pag. 38), la decisione del Parlamento europeo e del Consiglio del 7 marzo 2002 relativa ad un quadro normativo in materia di spettro radio nella Comunità europea (676/2002/CE, c.d. «decisione spettro radio», in GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 1) e il Regolamento relativo all'accesso disaggregato alla rete locale del 18 dicembre 2000 (2887/2000/CE, in GUCE L 336 del 30 dicembre 2000, pag. 4).
[6] In GUCE L114 del 8 maggio 2003, pag.45.
[7] In GUCE C 165 del 11 luglio 2002, pag. 6.
[8] In GUCE L 190 del 30 luglio 2003, pag. 13.
[9] Pubblicato nella Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 214 ed entrato in vigore il 16 settembre 2003.

6. Le linee guida della Commissione illustrano alcuni criteri cui le Autorità nazionali di regolamentazione (di seguito, le ANR o le Autorità) devono fare riferimento nell'ambito delle analisi dei mercati di cui agli articoli 14, 15 e 16 della direttiva quadro, recepiti rispettivamente dagli art. 17, 18 e 19 del Codice. L'art. 14, in particolare, attribuisce alle ANR il compito di svolgere le analisi sul grado di sviluppo della concorrenza nei mercati individuati dalla raccomandazione, volte ad accertare se le imprese che vi operano dispongano, singolarmente o congiuntamente, di un significativo potere di mercato.

7. Il nuovo quadro regolamentare riconosce che la prima fase del processo di liberalizzazione dei mercati è ormai conclusa e sancisce, pertanto, la convergenza tra disciplina regolamentare e disciplina antitrust, stabilendo un'analogia tra la definizione di significativo potere di mercato e quella di posizione dominante. Infatti, la direttiva quadro (considerando 25) indica che «la definizione di quota di mercato significativa di cui alla direttiva 97/33/CE (...) si è dimostrata utile nelle prime fasi di liberalizzazione dei mercati in quanto soglia che fa scattare alcuni obblighi *ex ante*, ma essa deve essere adattata per tenere conto di realtà di mercato più complesse e dinamiche. Per tale motivo la definizione di cui alla presente direttiva è equivalente alla nozione di posizione dominante enucleata dalla giurisprudenza della Corte di giustizia e del Tribunale di primo grado delle Comunità europee», laddove per posizione dominante si intende la «situazione di potenza economica grazie alla quale un'impresa che la detiene è in grado di ostacolare la persistenza di una concorrenza effettiva sul mercato di cui trattasi e ha la possibilità di tenere comportamenti alquanto indipendenti nei confronti dei suoi concorrenti, dei suoi clienti ed, in ultima analisi, di consumatori» [10)]. Richiamandosi a tale definizione l'art. 14 della direttiva quadro stabilisce che «si presume che un'impresa disponga di un significativo potere di mercato se, individualmente o congiuntamente con altri, gode di una posizione equivalente ad una posizione dominante, ossia una posizione di forza economica tale da consentirle di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai concorrenti, dai clienti e, in definitiva, dai consumatori».

8. Il percorso che il nuovo quadro regolamentare delinea per l'analisi sulla concorrenzialità dei mercati, richiede che le Autorità procedano dapprima alla definizione del mercato, sia per quanto riguarda i mercati identificati dalla Commissione come rilevanti in quanto suscettibili di regolamentazione *ex ante*, sia per ciò che concerne eventuali ulteriori mercati non inclusi in tale lista. Una volta definito il mercato dal punto di vista merceologico e geografico, si procede alla verifica della sussistenza di posizioni dominanti, individuali o collettive, al termine della quale le Autorità introducono, rimuovono o modificano gli obblighi regolamentari. Gli articoli 18 e 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche prevedono, in applicazione degli articoli 15 e 16 della direttiva quadro, che la definizione dei mercati rilevanti e l'analisi degli stessi debbano essere condotte tenendo nel massimo conto la Raccomandazione e le Linee guida. In tal senso, la quota di mercato sarà uno degli elementi da prendere in considerazione al fine della verifica della sussistenza di una posizione dominante, dovendo le ANR analizzare tutta una serie di altri criteri, così come riportato nelle linee guida.

9. Gli obblighi regolamentari imposti in esito di ciascuna analisi di mercato rimarranno in vigore fino al termine dell'analisi di mercato successiva [11)], fatta salva la possibilità di procedere ad un'attività di revisione e verifica qualora l'Autorità lo reputi opportuno.

10. Le procedure per lo svolgimento delle analisi di mercato sono contenute negli articoli 6 e 7 della direttiva quadro, nella Raccomandazione sull'art. 7, negli articoli 11 e 12 del Codice delle comunicazioni elettroniche, nonché nelle delibere dell'Autorità n. 335/03/CONS [12)] e n. 453/03/CONS [13)]. In particolare, viene previsto che, qualora l'Autorità intenda adottare provvedimenti che abbiano un impatto rilevante sul mercato di riferimento, le parti interessate possano presentare le proprie osservazioni sulla proposta di provvedimento, così come definito dall'art. 1, comma 2 della delibera n. 453/03/CONS, entro i termini stabiliti, comunque non inferiori a trenta giorni.

11. Al termine della fase di consultazione nazionale, la proposta di provvedimento viene inviata all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che rende il parere entro il termine di quarantacinque giorni [14)] e contestualmente anche alla Commissione europea secondo quanto stabilito dalla delibera n. 373/05/CONS. In particolare, qualora l'Autorità intenda adottare un provvedimento che, tra l'altro, influenzi gli scambi tra Stati membri, rende accessibile il testo del provvedimento alla Commissione europea e alle altre ANR secondo quanto previsto dall'art. 7, comma 3 della direttiva quadro che si possono esprimere entro il termine di trenta giorni.

12. Qualora la Commissione, durante la consultazione, abbia espresso un parere nel quale dichiara che la misura proposta crea barriere al mercato unico, ovvero potrebbe rivelarsi incompatibile con il diritto comunitario o con gli obiettivi di cui all'art. 8 della direttiva quadro, il provvedimento non può essere adottato per due mesi ulteriori, nel corso dei quali la Commissione (sentito il Comitato comunicazioni) può adottare una decisione motivata in cui chiede all'Autorità di ritirare il progetto. Diversamente, se nei due mesi la Commissione non si pronuncia, l'Autorità può adottare il provvedimento così come era stato notificato in origine.

13. In deroga alla procedura descritta sopra, le Autorità hanno la facoltà di adottare misure temporanee al fine di salvaguardare la concorrenza e tutelare gli interessi degli utenti. Tali misure dovranno comunque essere comunicate alla Commissione e alle altre Autorità e, in ogni caso, per essere trasformate da temporanee in permanenti dovranno essere adottate seguendo la procedura di cui all'art. 12, commi 3 e 4 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

Quadro di riferimento regolamentare

14. Il quadro di riferimento regolamentare del 1998 (il cosiddetto quadro regolamentare ONP - *Open Network Provision*) non prevedeva una specifica regolamentazione, sia a livello *retail* che a livello *wholesale*, per i servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*, i quali, conseguentemente, non risultavano esplicitamente menzionati nell'allegato A, parte 1, del decreto del Presidente della Repubblica n. 318/1997 e nell'allegato I, parte 1 della direttiva 97/33/CE, che individuavano, ai fini della notifica di significativo potere di mercato, i servizi che costituivano il mercato rilevante dei servizi e delle reti di telefonia pubblica fissa ed il mercato dell'interconnessione, con riferimento alle reti telefoniche pubbliche fisse.

15. Nell'aprile del 2002, attraverso la legge n. 59, il legislatore, al fine di superare la differenziazione esistente a livello regolamentare tra Internet Service Provider (nel seguito, anche, ISP) indipendenti e operatori titolari di licenza individuale consentiva anche ai primi di accedere all'offerta di servizi di telecomunicazioni dell'operatore *incumbent* e disponeva che l'Autorità provvedesse, entro sessanta giorni, all'aggiornamento dell'elenco degli operatori aventi significativo potere di mercato sul mercato dell'accesso ad Internet.

16. L'Autorità, in ottemperanza a tali disposizioni di legge, con delibera n. 219/02/CONS, individuava due mercati rilevanti all'interno di quello più ampio dell'accesso ad Internet: il mercato finale dei servizi dell'accesso ad Internet da rete fissa in modalità *dial-up* ed il mercato intermedio dell'interconnessione di terminazione delle chiamate destinate ad Internet. L'opportunità di una segmentazione del mercato dell'accesso ad Internet in ulteriori mercati rilevanti emergeva, del resto, dal dettato e dalla *ratio* stessa della legge n. 59/2002 che, disponendo l'equiparazione degli ISP agli operatori licenziatari ai fini dell'accesso alle condizioni dell'offerta d'interconnessione di riferimento di un operatore avente significativo potere di mercato, poneva in capo all'Autorità il compito di definire i criteri per l'operatività dell'interconnessione per traffico Internet. Ciò metteva in evidenza il ruolo cruciale del servizio intermedio di interconnessione nelle dinamiche del mercato dell'accesso ad Internet.

---

10) Sentenza United Brands del 14 febbraio 1978, causa n. 27/76, in Raccolta, 1978, pp. 207 e ss.

11) Da effettuarsi, in ogni caso, ogni diciotto mesi (artt. 19 e 66 del Codice delle comunicazioni).

12) Delibera del 24 settembre 2003, recante «Modifiche e integrazioni al regolamento concernente l'accesso ai documenti, approvato con delibera n. 217/01/CONS» pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 15 ottobre 2003, n. 240.

13) Delibera del 23 dicembre 2003, recante «Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all'articolo 11 del decreto legislativo 1º agosto 2003, n. 259» pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 28 gennaio 2004, n. 22

14) Secondo quanto stabilito nell'accordo di collaborazione tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l'Autorità garante della concorrenza e del mercato in materia di comunicazioni elettroniche, art. 1, comma 3, pubblicato sul sito web dell'Autorità, il 28 gennaio 2004.

17. Dall'analisi di questi mercati, condotta sulla base del preesistente quadro normativo ONP, emergeva che, in relazione al mercato dei servizi *retail* di accesso ad Internet, Telecom Italia deteneva un significativo potere di mercato e veniva pertanto notificata come operatore dotato di *Significant Market Power* («SMP»). In conseguenza di ciò, con la suddetta delibera 219/02/CONS, venivano posti in capo a Telecom Italia alcuni obblighi regolamentari previsti dal decreto del Presidente della Repubblica 19 settembre 1997, n. 318. In relazione, invece, al servizio all'ingrosso di terminazione per le chiamate destinate ad Internet in modalità «*dial-up*», l'Autorità individuava in Wind e Telecom Italia gli operatori con notevole forza di mercato, imponendo loro di conseguenza, alcuni obblighi regolamentari.

18. Riguardo le risorse di numerazione, l'Autorità, dapprima con delibera n. 6/00/CIR e successivamente con delibera n. 9/03/CIR, ha disciplinato l'utilizzo delle numerazioni per i servizi Internet, individuando nella decade 7 la numerazione esclusivamente dedicata all'accesso ad Internet in modalità *dial-up*.

19. In seguito all'entrata in vigore del nuovo quadro normativo europeo per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica del 2002, l'Autorità, con delibera n. 417/06/CONS, relativa all'analisi dei mercati della raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa, ha identificato ed analizzato, oltre ai mercati della raccolta e del transito, anche il mercato all'ingrosso dei servizi di terminazione Internet giungendo alla conclusione che su di esso nessuna impresa deteneva un significativo potere di mercato.

20. In tale delibera l'Autorità si è espressa a favore della rimozione degli obblighi imposti, con delibera 219/02/CONS, a Telecom Italia e Wind in quanto operatori notificati come detentori di SMP sul mercato della terminazione Internet. Nello stesso tempo l'Autorità ha disposto il mantenimento, in capo a Telecom Italia, degli obblighi di cui alla delibera n. 152/02/CONS sulla presentazione e test di prezzo delle offerte *retail* di accesso ad internet *dial-up*, nonché ha imposto gli obblighi di trasparenza, non discriminazione e non differenziazione delle tariffe *dial-up* tra accessi a numerazioni 701 *on-net* ed *off-net*.

21. In altre parole, l'Autorità, pur intravedendo nella forte integrazione orizzontale di Telecom Italia con i mercati intermedi della raccolta e della terminazione delle chiamate rivolte ad Internet un elemento di dominanza rilevante e potenzialmente di ostacolo allo sviluppo di una concorrenza effettiva, ha ritenuto che la regolamentazione vigente sul mercato al dettaglio dell'accesso ad Internet da una parte, e quella nei servizi di raccolta all'ingrosso, dall'altra, fossero in grado di creare condizioni sufficienti ad impedire a Telecom Italia di sfruttare la propria posizione dominante sul mercato della raccolta per concretizzarne un'altra su quello della terminazione Internet.

22. Nella medesima delibera n. 417/06/CONS l'Autorità manifestava inoltre l'intenzione di avviare un apposito procedimento volto al riesame del mercato al dettaglio dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up*, al fine di rivedere, qualora le condizioni concorrenziali lo permettessero, gli obblighi vigenti e, se del caso, i modelli di interconnessione adottati per le numerazioni 701.

23. Fino alla conclusione del procedimento di riesame di cui al punto precedente, gli obblighi imposti a Telecom Italia in forza delle delibere n. 219/02/CONS, n. 152/02/CONS e n. 417/06/CONS resteranno in vigore, conformemente a quanto stabilito dall'art. 27 della direttiva 2001/21/CE e dell'art. 44 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

Il procedimento

24. La Commissione europea, nel proprio parere espresso il 24 maggio 2006 (SG-Greffe 2006 D/202771) sulla bozza di delibera inerente i mercati della raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa (8, 9 e 10), in relazione agli «Obblighi relativi al mercato all'ingrosso della terminazione Internet *dial-up*», ha rilevato l'intenzione dell'Autorità di riesaminare il mercato al dettaglio dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up*, ed ha pertanto invitato l'Autorità a procedere in tal senso.

25. L'Autorità, a seguito di tale invito ed in ottemperanza alle disposizioni del nuovo quadro regolamentare, ha avviato, con delibera n. 589/06/CONS, il procedimento di identificazione ed analisi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* ai sensi degli art. 18 e 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

26. In fase di apertura del suddetto procedimento, Telecom Italia, Wind e Tiscali hanno raccolto l'invito dell'Autorità a presentare memorie preliminari in merito all'identificazione ed analisi del mercato dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up*. Tali memorie sono state acquisite dall'Autorità che ha utilizzato le informazioni ricevute per derivare alcune considerazioni preliminari sull'individuazione del mercato rilevante e per definire la struttura dei questionari da inviare agli operatori al fine di acquisire dati ed informazioni circa l'assetto del mercato.

27. In data 20 dicembre 2006 sono stati inviati ai principali operatori ed ISP dei questionari contenenti richieste di informazioni circa i circa i volumi ed i redditi conseguiti sul mercato sottoposto ad analisi durante gli anni 2003, 2004, 2005 e 2006 (prima metà), circa i problemi competitivi riscontrati sul medesimo mercato e circa l'evoluzione del mercato stesso. In particolare sono state interpellati gli operatori e le associazioni di ISP Telecom Italia, Wind, Tele2, Tiscali, BT Italia, Eutelia, Interfree, Welcome Italia, AIIP ed Assoprovider. Tutti, ad eccezione di AIIP ed Assoprovider hanno risposto al questionario inviato fornendo informazioni di natura quantitativa e commenti ed osservazioni circa lo stato e l'evoluzione del mercato.

28. Nel corso dei mesi di marzo ed aprile 2007 l'Autorità ha più volte contattato gli operatori che hanno fornito delucidazioni, spiegazioni ed informazioni utili allo svolgimento del lavoro di analisi e di comprensione delle dinamiche in atto e delle evoluzioni future.

29. Il 27 aprile 2007 è stata inviata agli operatori, inoltre, una richiesta di dati inerenti ai ricavi realizzati nel corso degli anni che vanno dal 2004 al 2006, ad integrazione delle informazioni fornite in sede di risposta al primo questionario inviato successivamente all'avvio del procedimento.

30. L'Autorità ha pubblicato, in data 13 luglio 2007 sul proprio sito web e in data 24 luglio 2007 sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, la proposta di provvedimento relativa al mercato in esame (allegato b alla delibera 344/07/CONS). Le società Telecom Italia, Wind e Tiscali hanno presentato entro i termini previsti dalla delibera 453/03/CONS, un documento contenente le proprie osservazioni in merito al testo della consultazione pubblica.

31. Il presente documento integra la proposta di provvedimento di cui all'allegato B della delibera 344/07/CONS (sull'identificazione ed analisi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*, sulla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere) con la sintesi delle osservazioni formulate dagli operatori in sede di consultazione pubblica e le relative valutazioni dell'Autorità.

Osservazioni di carattere generale degli operatori in sede di apertura del procedimento

32. All'invito dell'Autorità, come già indicato al punto 26, a fornire memorie esplicative in sede di apertura del procedimento hanno risposto gli operatori Telecom Italia, Wind e Tiscali.

33. Telecom Italia (di seguito, anche, «TI»), nella propria memoria evidenzia in primo luogo il suo favore all'apertura di un procedimento di individuazione ed analisi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet, che, a suo parere, accerterà il sufficiente grado di competitività riscontrabile nel mercato in esame. TI sostiene, infatti, che la regolamentazione *wholesale* sia sufficiente a riequilibrare il mercato nell'ipotesi di eventuali situazioni di dominanza a livello *retail*.

34. In secondo luogo, TI sottolinea che la valutazione del grado di competitività del mercato deve essere fatta tra i soggetti che detengono la titolarità del prezzo praticato al cliente finale e che, pertanto, devono essere considerati tutti i volumi di traffico Internet generati attraverso le diverse modalità di accesso possibili (es. accesso diretto, in CS/CPS, ULL, virtual ULL, etc.). Inoltre, in via prospettica, TI sottolinea che nel mercato in esame non si rilevano barriere all'ingresso, in quanto è possibile riscontrare la presenza sul mercato di una pluralità di offerte alla clientela finale da parte degli operatori alternativi e degli ISP e non è possibile individuare alcun costo per i clienti finali per il passaggio da un fornitore all'altro. In aggiunta TI sottolinea che le dimensioni del mercato sono in netta riduzione in virtù del continuo sviluppo e diffusione delle modalità di accesso ad Internet in banda larga.

35. Telecom Italia conclude affermando che a suo parere, non essendo soddisfatto nessuno dei tre criteri identificati dalla Commissione Europea al paragrafo 3.2. della Raccomandazione (cd. *three criteria test*), il mercato in esame non sarebbe in possesso dei requisiti necessari a giustificare il ricorso alla regolamentazione ex-ante.

36. Wind, nel proprio contributo, pone invece l'accento sulla definizione del mercato dell'accesso ad Internet, che, a suo parere, dovrebbe comprendere non solo l'accesso in modalità *dial-up*, ma anche l'accesso in banda larga in tecnologia ADSL, in quanto tale modalità di accesso risulterebbe perfettamente sostituibile, sia dal punto di vista funzionale, sia dal punto di vista economico. Wind sottolinea che nella fase corrente di sviluppo del mercato, l'offerta di servizi *dial-up*, in particolar modo di tipo flat, specialmente nelle zone non ancora raggiunte dai servizi ADSL, assume un valore strategico di particolare rilevanza. Difatti, la disponibilità di una ampia base di utenti in modalità *dial-up*, creerebbe le condizioni per una migrazione di questi ultimi verso i più remunerativi servizi in banda larga, non appena tali servizi si renderanno disponibili.

37. Anche Tiscali ritiene che la connessione ADSL sia sostitutiva del servizio *dial-up*, specialmente nelle aree geografiche non ancora raggiunte dalla banda larga. Tiscali, inoltre, sottolinea l'impossibilità di replicare le offerte di accesso ad Internet *dial-up flat* di Telecom Italia, in quanto, a suo parere, il servizio di raccolta *wholesale* FRIACO (*Flat Rate Internet Access Call Origination*), assolutamente necessario per l'erogazione di un servizio finale di tipo flat, presenterebbe limiti tecnici ed economici che lo renderebbero, di fatto, impraticabile.

38. Come è stato possibile evincere dalle risposte qualitative ai questionari inviati a tutti gli operatori in data 20 dicembre 2006 anche altri operatori, in via generale, concordano circa l'esistenza di un rapporto di sostituibilità tra l'accesso in modalità *dial-up* ed in tecnologia ADSL e posizionano il mercato in esame in fase di maturazione/declino in virtù della diffusione dei servizi in banda larga.

39. In modo unanime gli operatori *i)* non ritengono che sussistano barriere all'ingresso per coloro i quali volessero fornire questo servizio, *ii)* riconoscono l'esistenza di una ampia possibilità di scelta per gli utenti tra offerte provenienti da molteplici operatori e, infine, *iii)* non ritengono che sussistano barriere al cambiamento.

Osservazioni di carattere generale degli operatori alla proposta di provvedimento

40. In questa sezione si espongono le osservazioni di carattere generale alla proposta di provvedimento (allegato B alla delibera 344/07/CONS) formulate dagli operatori nei documenti inviatici entro i termini stabiliti dalla delibera 453/03/CONS. Le risposte ai singoli quesiti contenuti nel documento di consultazione sono riportate nelle sezioni successive.

41. Telecom Italia, accoglie con favore le conclusioni dell'analisi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* presentate dall'Autorità nel documento di consultazione. Telecom Italia, in particolare, concorda con l'assenza di operatori aventi significativo potere di mercato e la rimozione, ai sensi dell'art. 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche, dei previgenti obblighi in proprio capo nel mercato oggetto di analisi. Pertanto, alla luce della «effettiva concorrenzialità» del mercato al dettaglio dell'accesso ad internet in modalità *dial-up*, Telecom Italia auspica una tempestiva rimozione *a)* degli obblighi di comunicazione preventiva e test di prezzo delle offerte *retail*, imposti ai sensi del vecchio quadro ONP con la delibera 152/02/CONS e *b)* degli obblighi di trasparenza, non discriminazione e non differenziazione tra prezzi *retail on net* e *off-net*, imposti ai sensi del nuovo quadro con la delibera 417/06/CONS.

42. Tiscali pur concordando sull'impostazione ed i risultati raggiunti dall'Autorità ribadisce i concetti già espressi nella precedente comunicazione inviata in fase di avvio del procedimento, con particolare riferimento alla replicabilità delle offerte *flat* di Telecom Italia. Wind, invece, si astiene dall'effettuare considerazioni di carattere generale e risponde puntualmente ai quesiti posti dall'Autorità.

2. Definizione del mercato rilevante

Introduzione

43. Il nuovo quadro regolamentare si fonda sul principio che i mercati da assoggettare a regolamentazione siano definiti conformemente ai principi delle norme europee sulla concorrenza.

44. Si ritiene opportuno evidenziare che il mercato rilevante del prodotto/servizio comprende «i prodotti o i servizi sostituibili o sufficientemente intercambiabili, in funzione non solo delle loro caratteristiche obiettive, grazie alle quali sono atte a soddisfare bisogni costanti dei consumatori, dei loro prezzi e dell'uso cui sono destinati, ma anche in funzione della domanda e dell'offerta sul mercato in questione» [15].

45. In sintesi, nell'ambito della pratica del diritto della concorrenza, la definizione del mercato è quel processo il cui fine ultimo è di individuare un insieme di prodotti/servizi e loro fornitori (attuali e potenziali) che siano effettivamente alternativi per la soddisfazione di un determinato bisogno economico — delimitandone al tempo stesso l'ambito geografico di riferimento.

46. Nell'applicare tale approccio, l'Autorità riconosce la particolare importanza della valutazione del contesto competitivo in termini prospettici e tiene in debito conto il prevedibile sviluppo dell'innovazione, rispettando, al contempo, il principio di neutralità tecnologica. Tale orientamento appare fondamentale anche alla luce della crescente convergenza tecnologica che aumenterà il livello di sostituibilità tra i diversi servizi di comunicazioni elettroniche.

47. Il punto di partenza per la definizione e l'individuazione dei mercati, è l'utilizzo del c.d. test del monopolista ipotetico (di seguito, TMI), volto a valutare la sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta[16].

48. Il test viene applicato per stabilire se un contenuto ma significativo incremento non transitorio del prezzo (*small but significant non transitory increase in price*, SSNIP) all'interno del mercato - partendo dalla sua definizione più restrittiva sia dal punto merceologico che geografico - possa spingere i consumatori ad optare per altri prodotti/servizi sostitutivi ovvero indurre altre imprese a fornirli in un lasso di tempo molto breve. Se questo è il caso, i prodotti/servizi/fornitori alternativi vengono considerati appartenenti allo stesso mercato. Il test viene poi ripetuto fino a trovare quell'ambito merceologico e geografico tale che l'aumento del prezzo sia effettivamente sostenibile e profittevole per l'ipotetico monopolista.

49. Salvo casi eccezionali, l'Autorità applica il test del monopolista ipotetico assumendo che la variazione del prezzo sia pari al 5-10% e il corrispondente periodo nel quale tale variazione si realizza sia pari 18 mesi (cioè, la periodicità che il Codice impone per le analisi di mercato).

50. Nell'analisi del mercato dal lato dell'offerta, l'Autorità, coerentemente con quanto indicato nelle linee guida, considera altresì la concorrenza potenziale. La differenza tra la concorrenza potenziale e la sostituibilità dal lato dell'offerta è che mentre quest'ultima — non richiedendo costi addizionali d'entrata — produce una risposta immediata alla variazione del prezzo, alla concorrenza potenziale sono associati costi irrecuperabili di ingresso sul mercato.

51. Una volta identificato il perimetro del mercato nella sua dimensione merceologica, il passo successivo nel processo di definizione dei mercati è la valutazione della loro dimensione geografica. Secondo la disciplina della concorrenza, il mercato geografico rilevante consiste in un'area in cui le condizioni concorrenziali (caratteristiche della domanda dei prodotti/servizi in questione e delle imprese attive/potenzialmente attive nell'offerta) sono simili o sufficientemente omogenee da permettere di distinguerla da aree adiacenti, in cui le condizioni prevalenti della concorrenza sono sostanzialmente diverse.

52. Per giungere alla definizione di tale area geografica l'Autorità, oltre che ad utilizzare la medesima metodologia prima discussa circa l'analisi della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta in risposta ad una variazione di prezzo, tiene conto di: *a)* l'area coperta dalle reti di comunicazione in questione; *b)* l'esistenza di strumenti di regolamentazione giuridici o di altro genere.

53. L'Autorità segue l'approccio descritto per giungere, in primo luogo, ad una definizione puntuale e dettagliata dei mercati che la Commissione ha incluso nella lista della Raccomandazione sui mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione *ex ante*, in quanto caratterizzati da: *i)* forti ostacoli non transitori all'accesso, *ii)* assenza di forze che spingano — nel periodo di tempo considerato — verso condizioni di concorrenza effettiva, e *iii)* insufficienza dell'applicazione della disciplina antitrust ad assicurare un corretto funzionamento del mercato. In secondo luogo, l'Autorità analizza i dati disponibili per valutare se esistano altri mercati delle comunicazioni — definiti nel

[15] Causa C-333/94 P Tetra Pak/Commissione in Raccolta I-5951

[16] Cfr. paragrafi 40 - 43 delle Linee guida per l'analisi dei mercati.

rispetto dei principi del diritto della concorrenza — per i quali la presenza delle tre condizioni di cui sopra implichi la necessità di un intervento regolamentare.

54. Infine, nel definire il mercato, l'Autorità tiene conto degli orientamenti antitrust comunitari e nazionali, considerando comunque che la definizione del mercato al fine della regolamentazione *ex ante* non è necessariamente coincidente con quella a cui si arriva - pur applicando i medesimi metodi di analisi ed ispirandosi agli stessi principi - nell'ambito della tutela ex post della concorrenza.

2.1. Il mercato merceologico

2.1.1. Il mercato merceologico nella definizione della Commissione

55. Il *memorandum* esplicativo della raccomandazione, al paragrafo 4.2, nel descrivere i mercati al dettaglio per l'accesso ai servizi dati generici, individua tre forme di accesso ad Internet da postazione fissa comunemente disponibili: *i)* l'accesso commutato (*dial-up*); *ii)* l'accesso ad ampiezza di banda superiore che utilizza tecnologie DSL (o equivalenti) o modem via cavo; *iii)* l'accesso dedicato.

56. Al medesimo paragrafo il *memorandum*, sulla base di valutazioni certamente più adeguate al periodo in cui la Raccomandazione veniva adottata che non al periodo ed al contesto di mercato attuale, precisa che «per gli abbonati privati e le piccole imprese, la forma più comune di accesso rimane la connessione a banda stretta (accesso commutato tramite linee telefoniche e modem analogici oppure tramite ISDN)».

57. In relazione alla sostituibilità fra servizi di accesso in modalità *dial-up* e servizi basati su altre tecnologie a maggiore ampiezza di banda, il *memorandum* evidenzia l'esistenza di un rapporto di sostituibilità asimmetrica fra i servizi *dial-up* a banda stretta ed i servizi a banda larga, dal momento che è molto più probabile che i secondi possano considerarsi sostituti accettabili dei primi, che non i primi dei secondi. In aggiunta, il *memorandum* precisa che anche un servizio a banda stretta forfetario potrebbe, a causa della possibilità di interruzione in seguito a non utilizzo, non essere considerato un sostituto accettabile di un servizio a banda larga. Sempre in tema di sostituibilità fra servizi a banda stretta e banda larga, il *memorandum* conclude che non è facile determinare, sulla sola base delle differenze di prezzo, se esistano mercati al dettaglio distinti.

58. A proposito della possibilità di individuare mercati separati per offerte a consumo e per offerte forfetarie, il *memorandum* propende per considerare la modalità di tariffazione non rilevante ai fini dell'individuazione del mercato rilevante. Difatti, la sola differenza di struttura tariffaria, l'evidenza di sostituibilità fra i servizi e la disponibilità di prodotti all'ingrosso che consentono agli operatori di acquistare la raccolta forfetaria costituirebbero elementi sufficienti a propendere per l'individuazione di un mercato unico.

59. In conclusione, la raccomandazione dedica ampio spazio ai servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*, ma l'intento della Commissione è principalmente quello di fornire elementi a supporto della non sostituibilità fra servizi di accesso a banda larga e banda stretta piuttosto che l'individuazione di un mercato rilevante dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*, che non risulta, difatti, contenuto nella lista di mercati passibili di regolamentazione *ex-ante*.

2.1.2. *Descrizione del servizio nel contesto di mercato italiano*

60. Per accesso *dial-up* si intende una modalità di accesso ad Internet realizzata ricorrendo ad apparati di modulazione/demodulazione (modem) con i quali si compongono normali numerazioni telefoniche. In questo tipo di connessioni è quindi la linea telefonica a rappresentare il canale di comunicazione con la rete, mentre il protocollo di comunicazione è comunemente rappresentato dal PPP (*Point to Point Protocol*) e dal TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*).

61. Le connessioni *dial-up* possono essere effettuate sia su di una convenzionale linea analogica PSTN (*Public Switched Telephone Network*) ricorrendo ai tradizionali modem analogici, sia su di una linea digitale ISDN (*Integrated Service Digital Network*), ricorrendo agli appositi modem ISDN. Le diverse tipologie di linea determinano diverse velocità di connessione: generalmente è possibile raggiungere una velocità massima di 56 Kbit/s su linea analogica e di 64 Kbit/s su linea digitale ISDN (128 *kbps* utilizzando contemporaneamente 2 canali ISDN-B).

62. La connettività Internet in *dial-up* fornisce, *inter alia*, la possibilità, al cliente finale, di utilizzare la posta elettronica ed i servizi di messaggeria, di collegarsi con altri utenti, di scambiare file, di consultare ed interagire con siti web e di effettuare transazioni. Ma le caratteristiche tecniche quali la velocità di interconnessione e la limitata capacità trasmissiva, impediscono di usufruire di servizi più avanzati quali ad esempio, i servizi di telefonia vocale su protocollo IP (VoIP) e di Televisione su protocollo IP (IPTV) ed in generale tutti i servizi di *streaming* di contenuti audio e/o video.

63. In considerazione della stretta correlazione fra servizi al dettaglio di accesso commutato ad Internet ed i corrispondenti servizi all'ingrosso, nel prosieguo, parallelamente alla descrizione del servizio, si forniranno anche alcune precisazioni circa i rapporti di fornitura delle componenti intermedie del servizio; tali precisazioni, infatti, saranno funzionali ad una migliore comprensione delle caratteristiche dell'offerta.

64. Il servizio di accesso ad Internet in modalità *dial-up* può essere fornito sia da operatori telefonici, sia da *Internet Service Provider* (ISP) indipendenti. Il collegamento tra l'utente ed il fornitore del servizio può avvenire sia in modalità «*on-net*», qualora il *provider* sia attestato sulla rete dell'operatore da cui origina la chiamata dell'utente (che può essere un utente in *Carrier Selection*, *Carrier Pre-Selection o Unbundling*), sia in modalità «*off-net*», qualora il provider sia attestato sulla rete di un operatore diverso da quello da cui ha origine la chiamata.

65. Per garantire ad un utente finale l'accesso ad Internet in modalità *dial-up*, occorre un canale di trasmissione adatto, che sia ovvero in grado di trasferire dati in entrambe le direzioni a velocità adeguate al servizio in questione (fino a 64 *kbps*). Di conseguenza, un fornitore di servizi Internet deve poter contare sulla fornitura all'ingrosso di servizi di raccolta e terminazione delle chiamate rivolte ad Internet, nonché di connettività ad Internet, servizi per i quali gli operatori ed ISP devono concludere tra di loro tutti gli accordi necessari, al fine di assicurarsi l'accesso a un canale di trasmissione che li colleghi alla postazione dell'utente finale.

66. Allo stato attuale i servizi di accesso ad Internet all'ingrosso vengono offerti sia ricorrendo ad un modello diretto o cosiddetto di raccolta (utilizzando numerazioni 700, 702 e 709), in base al quale l'operatore assegnatario della numerazione fissa la tariffa al chiamante e remunera l'operatore di accesso per il servizio di interconnessione ed eventuali attività di fatturazione e rischio di insolvenza, sia ricorrendo ad un modello indiretto o cosiddetto di terminazione inversa (utilizzando numeri geografici o 701) in base al quale l'operatore dalla cui rete origina la chiamata fattura al cliente chiamante una tariffa urbana e corrisponde, all'operatore sulla cui rete è attestato l'ISP, il valore di interconnessione di terminazione. Si deve precisare che nel corso degli anni gli operatori ed ISP hanno fatto un uso crescente del modello di raccolta a scapito di quello di terminazione che risulta, al giorno d'oggi, utilizzato quasi esclusivamente da Telecom Italia.

67. Al fine di pervenire ad una corretta identificazione del mercato rilevante, l'Autorità ha analizzato le caratteristiche tecniche e la destinazione d'uso dei servizi al dettaglio sopra menzionati, le relative condizioni economiche, nonché le condizioni di sostituibilità prevalenti dal lato della domanda e da quello dell'offerta applicando, quando possibile, il test del monopolista ipotetico. In particolare, l'Autorità ritiene necessario verificare se:

- il mercato dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up* sia distinto da quello dell'accesso in modalità XDSL;
- il mercato dell'accesso commutato ad Internet con tariffa minutaria sia distinto da quello dell'accesso commutato ad Internet con tariffa forfetaria;
- il mercato dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up* tramite numerazioni geografiche o 701 debba essere considerato distinto da quello dell'accesso in modalità *dial-up* tramite numerazioni 700, 702 e 709;

68. Si noti che nell'analisi non è stato considerato come discriminante dei diversi tipi di servizio, l'accesso da postazione fissa oppure da postazione mobile in quanto quest'ultima modalità di accesso, da un punto di vista tecnico, è più facilmente assimilabile ad un accesso in tecnologia ADSL (in quanto non richiede una fase di instaurazione della chiamata) che ad un accesso di tipo commutato.

2.1.3. *Accesso in modalità dial-up o xDSL*

69. Un accesso a banda stretta, come indicato in precedenza, consente una velocità di connessione massima pari a 56 Kbit/s per le linee analogiche, a 64 Kbit/s per un singolo canale ISDN-B e a 128 Kbit/s nel caso di utilizzo congiunto dei due canali ISDN-B. Inoltre, i collegamenti *dial-up* richiedono una fase di instaurazione della chiamata, l'assegnazione di uno (o due, nel caso di linee ISDN) canali di

trasmissione ed un rilascio esplicito della connessione al termine della stessa. La procedura di instaurazione ha dunque una durata variabile, che dipende essenzialmente dalla qualità della linea telefonica, e che è comunque valutabile nell'ambito delle decine di secondi. Una nuova procedura di instaurazione è necessaria per attivare una nuova connessione. In aggiunta, una linea telefonica impegnata in una connessione *dial-up* risulta non disponibile per comunicazioni di tipo vocale, pertanto la fruizione congiunta di servizi vocali e di servizi di accesso ad Internet *dial-up* richiederebbe l'impegno di due linee PSTN o di entrambi i canali ISDN-B (il che limiterebbe la velocità massima di connessione a 64 Kbit/s).

70. L'accesso a banda larga, invece, secondo quanto evidenziato dalla Commissione nel memorandum esplicativo, si distingue per il fatto di «consentire una capacità digitale in entrata per gli utenti finali superiore a 128 Kbit/s». Dal punto di vista tecnico, quindi, un accesso a banda larga supporta i medesimi servizi e contenuti fruibili con un accesso a banda stretta ma ad una maggiore velocità. In aggiunta, un accesso in banda larga consente di accedere ad alcuni servizi e contenuti di tipo video ed audio che, sebbene teoricamente accessibili anche mediante tecnologie di accesso commutato (*dial-up*), risulterebbero talmente penalizzati dalla limitatezza di banda da risultare inutilizzabili. Inoltre, le tecnologie di accesso in banda larga consentono notevoli risparmi di tempo, sia nella fase di attivazione della connessione, che risulta essere pressoché immediata, sia durante la trasmissione dei dati, grazie alla maggiore velocità raggiungibile. Infine, ad esclusione di alcuni casi, le tecnologie in banda larga consentono la trasmissione contemporanea di voce e dati ad alta velocità sul medesimo portante trasmissivo, prestandosi, quindi, alla fruizione congiunta di servizi dati e di servizi vocali.

71. Un accesso a banda stretta, pertanto, differisce sostanzialmente da un accesso a banda larga in termini di caratteristiche tecniche e di applicazioni che è in grado di veicolare all'utente finale.

72. Come evidenziato dalla Commissione (cfr. punto 57 di questo documento), dal punto di vista delle funzioni d'uso, tra le due modalità di accesso sussistono condizioni di sostituibilità asimmetrica: una connessione a banda larga è un sostituto accettabile di quella a banda stretta, tenuto conto sia della maggiore velocità che della possibilità di trasmettere contemporaneamente dati e voce, funzionalità non consentite ricorrendo a connessioni a banda stretta, che non si configurano, quindi, come sostituti accettabili delle connessioni a banda larga.

73. In particolare, tutte le tecnologie di accesso a banda larga sono in grado di offrire all'utente servizi differenziati che si distinguono per la velocità di connessione o per l'affidabilità del servizio o, ancora, per i requisiti di interattività e permanenza del servizio. Queste caratteristiche tecniche più evolute, immediatamente percepibili dall'utente, sono, infatti, riflesse nelle motivazioni al cambiamento dalla banda stretta a quella larga, che negli ultimi anni hanno caratterizzato il mercato dei collegamenti Internet. I due prodotti non rappresentano, quindi, per l'utente, dei servizi sostitutivi.

74. Come dimostra la Tabella 1, tratta dal rapporto Federcomin/ANIE e-Family 2007, nel corso del periodo 2004-2006, i collegamenti a banda larga, non solo si sono più che raddoppiati, ma sono arrivati a rappresentare il 60% circa del complesso delle connessioni ad Internet residenziali. Tali valori confermano quanto affermato dagli operatori nei contributi presentati all'Autorità circa la sostanziale maturità del mercato dei servizi in banda stretta.

TABELLA 1 - *Modalità di connessione ad Internet residenziali* (*) (quote % sul totale collegamenti 2004-2006)

	2004 (%)	2005 (%)	2006 (%)
Servizi a banda stretta	72	50,2	34
Servizi a banda larga	28	49,8	59,8
Servizi mobili (GPRS/UMTS)	-	-	6,2
TOTALE COLLEGAMENTI INTERNET	100	100	100

(*) Le percentuali relative agli anni 2004 e 2005 si riferiscono solo alle famiglie dotate di linea telefonica fissa; le percentuali 2006 sono relative anche alle famiglie dotate di soli collegamenti mobili.

Fonte: Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici/Federazione Anie: rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting.

75. Anche l'applicazione del test del monopolista ipotetico suggerirebbe che i due servizi, a banda stretta e a banda larga, costituiscono mercati differenti. Difatti, come è possibile osservare dalla Tabella 2, i differenziali di prezzo fra i due servizi (che hanno comunque subito una riduzione nel corso del tempo) sono tali che un aumento del prezzo dell'accesso a banda stretta (dell'ordine del 10%), molto difficilmente potrebbe avere un impatto rilevante sulla migrazione della domanda verso i servizi a banda larga [17].

TABELLA 2 - *Confronto fra i prezzi medi di un accesso a banda stretta ed un accesso a banda larga* (Euro, IVA inclusa - anno 2007)

	Banda stretta	Banda larga	Differenziale
Offerte a consumo (prezzo orario)	0,6	2	+333%
Offerte flat (prezzo mensile)	12	19	+158%

76. Dal lato dell'offerta, un operatore che fornisce connettività a banda stretta agli utenti finali dispone di infrastrutture tali da non consentirgli di entrare immediatamente nel mercato dell'accesso a banda larga. Difatti, in assenza di regolamentazione, tale operatore dovrebbe sostenere ingenti investimenti in attrezzature e capacità trasmissiva per poter soddisfare la domanda di servizi a banda larga. Invece, un operatore che fornisce servizi di accesso a banda larga e che, quindi, dispone di capacità trasmissiva ed attrezzature in grado di trasferire dati a velocità elevate alla postazione dell'utente finale, potrebbe valutare la convenienza a fornire servizi in banda stretta (a segmenti di clientela non raggiunti o non interessati alla banda larga) senza dover sostenere ingenti costi aggiuntivi. Si parla, in questo caso, dell'esistenza di una sostituibilità asimmetrica dal lato dell'offerta. Dal lato dell'offerta, quindi le considerazioni appena svolte confermano le conclusioni raggiunte analizzando le condizioni di sostituibilità dal lato della domanda.

77. L'analisi svolta dall'Autorità porta a risultati analoghi a quelli raggiunti dalla Commissione europea ed evidenziati nella raccomandazione sui mercati rilevanti: con riferimento al periodo temporale coperto da questa analisi di mercato, in Italia il mercato dell'accesso a banda stretta risulta distinto da quello dell'accesso a banda larga.

2.1.4. *Accesso commutato ad Internet con tariffa minutaria e accesso con tariffa forfettaria.*

78. Come indicato nella raccomandazione, i servizi al dettaglio di accesso commutato ad Internet possono essere acquistati tramite formule minutarie o forfettarie; entrambe le formule tariffarie sono presenti nel contesto di mercato italiano. Per verificare la sostituibilità fra queste due formule è necessario verificare le reazioni dei consumatori in seguito ad un incremento limitato, ma non transitorio del prezzo dei servizi minutari.

79. A tal fine si rileva, in primo luogo, che il tempo medio di utilizzo di Internet in modalità *dial-up* è cresciuto tra il 2005 ed il 2006 di circa il 25%, come evidenziato dalla tabella 2, passando da 27 minuti circa a quasi 34 minuti giornalieri.

TABELLA 3 - *Tempo di utilizzo giornaliero medio di servizi di accesso ad per connessioni residenziali (*), valori assoluti* (2005-2006)

	2005	2006
Minuti giornalieri d'uso	33,5	38,8
- servizi in banda stretta	27,3	34,1
- servizi in banda larga	39,1	41,3

(*) I dati relativi all'anno 2005 si riferiscono solo alle famiglie dotate di linea telefonica fissa; i dati 2006 sono relative anche alle famiglie dotate di soli collegamenti mobili.

Fonte: Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici/Federazione Anie:rapporto e-Family 2007 - Dati Niche Consulting.

[17] Sin noti, che nel contesto di mercato italiano, l'elevato differenziale fra le tariffe dei servizi a banda larga e a banda stretta, rende meno problematica, nonostante i timori della Commissione, riportati anche al punto 57, la valutazione, sulla sola base delle differenze di prezzo, dell'esistenza di mercati al dettaglio distinti.

80. Questo fenomeno è dovuto in parte alla variazione delle abitudini di consumo dell'utenza finale, che si è prontamente adeguata all'incremento di offerta di servizi on line (quali posta elettronica, blog, siti e servizi di social networking e di condivisione file, ecc.), ed in parte al fatto che la dimensione media dei file da inviare e ricevere - anche grazie alla diffusione dei servizi di accesso a banda larga - è aumentato. I due effetti appena delineati hanno conseguentemente condotto ad un incremento dei tempi di connessione ad Internet anche per l'utenza *dial-up*.

81. A causa della variazione degli schemi di consumo, e della conseguente maggiore attenzione degli utenti alla struttura delle tariffe, è plausibile che questi ultimi, in particolare coloro che fanno un uso più intensivo dei servizi e/o risiedono nelle zone in cui non sono disponibili servizi di accesso a banda larga, rispondano ad aumenti del prezzo del servizio minutario aderendo ad offerte di tipo forfettario. Ne deriva che l'accesso con fatturazione al consumo e quello di tipo forfettario si possono considerare parte dello stesso mercato.

82. Dal lato dell'offerta, tenuto conto dell'esistenza di obblighi regolamentari sulla fornitura di servizi di raccolta su base forfettaria in capo all'operatore *incumbent*, risulta possibile che, in presenza di un aumento del prezzo *retail* dei servizi di accesso *dial-up* forfettario da parte di un monopolista ipotetico, gli altri fornitori di prodotti fatturati al consumo possano offrire un prodotto forfettario a prezzi inferiori e competitivi.

83. L'Autorità conclude che il mercato dell'accesso commutato ad Internet regolato a condizioni economiche minutarie oppure forfettarie non rappresentano mercati distinti.

2.1.5. *Accesso commutato ad Internet verso numerazioni geografiche o 701 e accesso commutato verso numerazioni 700,702 e 709.*

84. In genere le offerte degli operatori per i servizi di accesso *dial-up* ad Internet si distinguono, tra le altre cose, per i numeri da utilizzare per la chiamata d'accesso.

85. Per la fornitura del servizio di accesso in modalità *dial-up*, in realtà, fino a qualche anno fa erano utilizzate esclusivamente numerazioni di tipo geografico, ma già a partire dalla pubblicazione della delibera 6/00/CIR, nell'ambito del piano di riordino delle numerazioni del settore, l'Autorità aveva istituito apposite numerazioni in decade 7 da utilizzarsi, preferibilmente, per tale servizio.

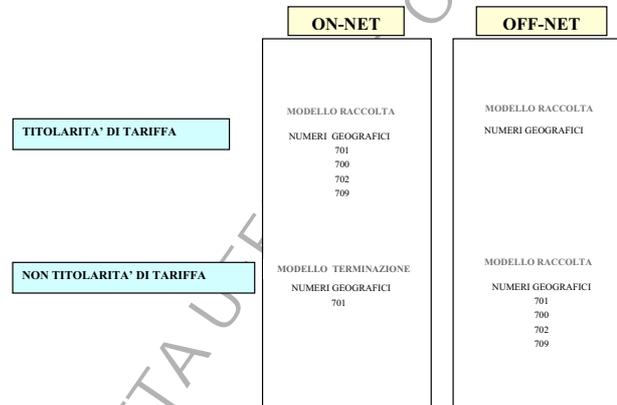
86. Nel 2003, poi, con la delibera n. 9/03/CIR, i codici 70X sono stati esclusivamente dedicati all'accesso in modalità *dial-up* ad Internet. In particolare i numeri 700 sono stati dedicati all'accesso ad Internet con chiamata gratuita per il chiamante, quelli 701 e 702 sono stati dedicati agli accessi con addebito al chiamante ed, infine, quelli 709 sono stati riservati ai servizi con modalità di tariffazione specifica. La delibera citata, ha fissato, peraltro, un tetto massimo sia per la quota fissa alla risposta, sia per quella variabile minutaria.

87. Dal lato della domanda, l'accesso a numerazioni geografiche o 701, è percepito dagli utenti di Internet *dial-up* come un sostituto perfetto dell'accesso alle numerazioni 700, 702 e 709.

88. Per l'utente finale, infatti, l'utilizzo di una numerazione anziché un'altra non sembra rivestire grande interesse, sia perché la sua attenzione si focalizza principalmente sull'ISP/OLO che fornisce il servizio di accesso commutato ad Internet e sulla qualità del servizio stesso, sia perché non sempre sono pubblicizzate, dagli operatori, le eventuali differenze tariffarie esistenti tra una numerazione e l'altra. D'altra parte non è ragionevole immaginare che un incremento modesto, ma significativo, e non temporaneo del prezzo su una numerazione da parte di un ipotetico monopolista provochi la sostituzione del servizio, da parte dell'utente, che dovrebbe connettersi con un altro numero ad un altro ISP, tale da rendere inefficace l'aumento stesso.

89. D'altra parte, un operatore che offre il servizio di accesso commutato ad Internet utilizzando una numerazione geografica o 701, (che presuppone il modello di terminazione inversa - secondo cui l'operatore dalla cui rete origina la chiamata fattura al cliente chiamante una tariffa urbana e corrisponde, all'operatore sulla cui rete è attestato l'ISP, il valore di interconnessione di terminazione), non dovrebbe sostenere ingenti costi per fornire lo stesso servizio con le numerazioni 700, 702 e 709 (che, invece, si rifanno al modello di raccolta - secondo cui l'operatore assegnatario della numerazione fissa la tariffa al chiamante e remunera l'operatore di accesso per il servizio di interconnessione ed eventuali attività di fatturazione e rischio di insolvenza).

90. Gli elementi caratterizzanti il mercato dell'accesso commutato ad Internet, che interagendo fra loro ne definiscono i confini, gli operatori e le interazioni fra loro, si possono schematizzare come nella seguente Figura 1.

Figura 1 – Relazioni fra Titolarità della tariffa, numerazioni e modello di interconnessione

91. Da quanto evidenziato l'Autorità conclude che il mercato dei servizi finali di accesso commutato ad Internet verso numerazioni geografiche o 701 e quello dei servizi finali di accesso commutato ad Internet verso numerazioni 700,702 e 709 non rappresentano mercati distinti.

2.2. *Il mercato geografico*

92. Il mercato geografico comprende un'area in cui le condizioni della concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee e che può essere distinta dalle aree adiacenti, in cui le condizioni della concorrenza sono sostanzialmente diverse.

93. Come indicato nella parte introduttiva al mercato merceologico, nel mercato delle telecomunicazioni la dimensione geografica del mercato rilevante viene determinata sia in base al criterio dell'area di copertura della rete, sia in base all'esistenza di strumenti di regolamentazione giuridici o di altro genere.

94. Per quanto concerne specificamente il mercato dell'accesso commutato ad Internet, tenuto conto che le condizioni di disponibilità di tali servizi in Italia sono uniformi su tutto il territorio nazionale, sia in termini di copertura geografica, sia in termini di prezzo, non si ha ragione di ritenere che vi sia una difformità delle condizioni concorrenziali sul territorio tale da giustificare una distinzione geografica del mercato.

95. Inoltre, la presenza di una sufficiente omogeneità delle condizioni concorrenziali in tutto il territorio italiano è confermata dalle politiche commerciali adottate dagli operatori presenti nel mercato. Sia l'*incumbent* sia gli operatori alternativi, infatti, adottano politiche promozionali e commerciali omogenee a livello nazionale.

96. In virtù delle considerazioni effettuate ai due punti precedenti non appare necessaria l'applicazione del test del monopolista ipotetico suggerita dalle linee guida come strumento di analisi dei confini geografici del mercato rilevante.

Conclusioni in merito all'individuazione del mercato al dettaglio dei servizi di accesso commutato ad Internet

97. Il mercato dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up* al dettaglio si caratterizza, quindi, come l'offerta e la domanda di servizi di accesso ad Internet in modalità commutata su linee analogiche, e su linee ISDN-B; esso comprende tanto i servizi offerti con tariffa minutaria, quanto quelli offerti forfetariamente, ricorrendo a numerazioni geografiche e non geografiche. Il mercato ha dimensione nazionale.

1. Si condivide l'orientamento dell'Autorità circa la definizione del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* esposta al punto 97?

Osservazioni degli operatori

98. Telecom Italia condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione merceologica e geografica del mercato rilevante al dettaglio dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up*. Telecom Italia, infatti, concorda con la definizione di un unico mercato rilevante comprendente tutti i servizi di accesso ad Internet in modalità commutata su linee analogiche, e su linee ISDN-B, offerti sull'intero territorio nazionale, sia con strutture di prezzo «a tempo» che «forfetarie», ricorrendo sia a numerazioni geografiche che non geografiche, indipendentemente dal sottostante modello di fornitura dei corrispondenti servizi all'ingrosso (c.d. modelli di «raccolta» e di «terminazione inversa»). Anche Tiscali concorda con le conclusioni dell'Autorità sul mercato in esame.

99. Wind, al contrario, non condivide l'orientamento dell'Autorità circa la definizione del mercato e ritiene che sia la definizione merceologica sia l'ambito geografico individuato avrebbero potuto essere definiti differentemente se si fossero tenute nel giusto conto le differenze qualitative e funzionali esistenti fra i servizi *dial-up* e a banda larga. In particolare, in relazione all'ambito merceologico, Wind sostiene che l'Autorità, nel confrontare i prezzi dei servizi *dial-up* con i prezzi dei servizi ADSL, al fine di derivarne indicazioni circa la loro sostituibilità economica, non ha considerato i risparmi di tempo conseguibili dagli utenti dei servizi in banda larga. A parere di Wind, «l'Autorità avrebbe dovuto definire per le differenti tipologie di utilizzo del servizio di accesso ad Internet, dei moltiplicatori di tempo nel caso in cui il cliente disponga di un'accesso in tecnologia ADSL (i.e. un'operazione che richiede Y minuti in modalità *dial-up*, ne richiederà Y/moltiplicatore in modalità ADSL) e solo in seguito effettuare un confronto omogeneo tra il prezzo dei due servizi».

100. Anche in relazione all'ambito geografico Wind dissente dalla conclusione dell'Autorità e ribadisce quanto già comunicato in sede di apertura del procedimento e riportato al punto 36 circa l'opportunità di differenziare le aree geografiche in virtù della disponibilità o meno dei servizi ADSL. La rilevanza strategica delle aree non ancora raggiunte dai servizi ADSL, a parere di Wind, sarebbe alla base dei comportamenti anticompetitivi e delle pratiche di *pre-emption* attuate dall'*incumbent* in tali aree.

Valutazioni dell'Autorità

101. L'Autorità ribadisce quanto già detto al paragrafo 2.1.3, circa le condizioni di sostituibilità asimmetrica esistenti tra la modalità di accesso ADSL e *dial-up*. In particolare, in merito all'osservazione di Wind riguardo la necessità di utilizzare dei moltiplicatori di tempo per le diverse tipologie di utilizzo del servizio di accesso ad Internet, l'Autorità sottolinea che l'evidenza empirica dimostra che i consumatori considerano i servizi a banda larga e a banda stretta come servizi fondamentalmente differenti, e questo non solo a causa della maggior velocità consentita dai primi, ma anche per la possibilità offerta dai primi di effettuare comunicazioni vocali contemporaneamente alla trasmissione dati e la possibilità di fruire di servizi non accessibili mediante le connessioni a banda stretta. Inoltre la Tabella 3 (che riporta il tempo di utilizzo medio giornaliero dei servizi in banda stretta ed in banda larga), evidenzia che gli utenti di servizi a banda larga sono connessi ad Internet mediamente più a lungo degli utenti a banda. Peraltro, la fruizione di diversi servizi Internet non è strettamente legata alla velocità della connessione. A titolo di esempio la lettura di una pagina comporta dei tempi morti - durante i quali gli utenti solitamente non si disconnettono - che tendono ad affievolire la relazione fra velocità del servizio e tempo di connessione.

102. Infine l'Autorità evidenzia che le conclusioni cui è pervenuta circa la non sostituibilità fra servizi *dial-up* ed a banda larga sono in accordo con quanto la Commissione europea, in via preliminare, sta valutando nell'ambito della revisione del quadro regolamentare.

103. In relazione all'osservazione sollevata da Wind circa l'individuazione di mercati geografici differenti a seconda della disponibilità di servizi ADSL, l'Autorità ritiene che non sussistano i presupposti economici per tale individuazione e pertanto ribadisce quanto specificato ai punti 94 - 96. L'Autorità, difatti ritiene che nel mercato in esame sussista un vincolo di prezzo comune (*common pricing constraint*) in base al quale se, anche in presenza di differenti pressioni concorrenziali, gli operatori continuano ad adottare le medesime politiche promozionali e di *pricing*, si devono considerare come facenti parte lo stesso mercato dell'accesso commutato ad Internet sia le zone ove sono anche disponibili i servizi a banda larga, sia le zone in cui tali servizi non sono disponibili. Finché gli operatori non adotteranno politiche di prezzo differenziate per aree geografiche l'Autorità ritiene che non vi siano elementi sufficienti per definire il mercato geografico in maniera differente da quanto già proposto.

Relazione tra la definizione di mercato dell'Autorità e la Raccomandazione della Commissione

104. L'analisi svolta nei paragrafi precedenti ha portato alla definizione di un mercato rilevante non incluso esplicitamente tra quelli elencati nella Raccomandazione come suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

105. L'Autorità, pertanto, ritiene necessario verificare se i tre criteri elencati nella Raccomandazione affinché un mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex-ante* siano cumulativamente soddisfatti nel mercato in esame, ovvero se:

a) sussistano forti ostacoli non transitori all'accesso;

b) sussistano caratteristiche che inducano a pensare che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva;

c) l'applicazione del diritto della concorrenza sia insufficiente a correggere le carenze del mercato esistenti in mancanza di una adeguata regolamentazione *ex ante*.

106. Per quanto riguarda il primo ed il secondo criterio, l'Autorità non ritiene che il mercato dell'accesso ad Internet manifesti aspetti strutturali che possano condizionare l'ingresso di concorrenti potenziali.

107. L'anali svolta ai successivi punti 146-153 evidenzia la presenza da lungo tempo sul mercato dei servizi al dettaglio di accesso ad Internet in modalità *dial-up* di due tipologie di attori di dimensioni differenti, gli operatori di telecomunicazioni e gli *Internet Service Provider*. La presenza di tali operatori, la regolamentazione all'ingrosso e l'assenza di barriere all'ingresso di tipo economico e normativo, l'assenza di costi non recuperabili (*sunk cost*), lo scarso peso delle economie di scala nella fornitura del servizio, tenuto conto della modesta capacità produttiva necessaria a fornire il servizio a costi medi di produzione minimi, la possibilità tecnica, per gli utenti, di accedere senza notevoli difficoltà al servizio offerto dai diversi fornitori sono, congiuntamente, fattori che denotano una struttura di mercato tendenzialmente concorrenziale, e l'assenza di ostacoli all'ingresso di nuove imprese, anche se la divergenza delle quote di mercato di Telecom Italia indicherebbe comportamenti volti ad acquisire quote residue di clientela da poter fidelizzare e quindi transitare verso i servizi a banda larga.

108. Non si riscontrano, inoltre, nel mercato in esame, caratteristiche che inducono a pensare che non possano svilupparsi, nel breve-medio periodo, condizioni di concorrenza effettiva; basti pensare alla dinamica dei prezzi praticati dagli operatori ed alla volatilità delle quote di mercato.

109. Tenuto conto che già i primi due criteri elencati nella Raccomandazione non sono soddisfatti, l'Autorità, ritiene superfluo argomentare circa la valenza o meno delle norme antitrust nel mercato in esame.

110. L'Autorità, pertanto, in conformità a quanto previsto dall'art. 44 del Codice delle comunicazioni elettroniche, ha esaminato l'attuale situazione di mercato e, non avendo individuato la sussistenza di imprese aventi significativo potere di mercato, ritiene che sia possibile revocare gli obblighi regolamentari attualmente gravanti in capo a Telecom Italia in relazione al mercato dei servizi al dettaglio di accesso ad Internet in modalità *dial-up*.

111. Tuttavia, l'Autorità ha voluto comunque procedere all'analisi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* tenuto conto che:

a) il mercato era stato analizzato all'interno del quadro regolamentare europeo ONP del 1998. Nell'ambito di tale analisi l'Autorità identificava la società Telecom Italia come unico operatore in possesso di significativo potere di mercato e le imponeva una serie di obblighi regolamentari (Delibera n. 219/02/CONS);

b) successivamente, con delibera n. 417/06/CONS, nell'ambito dell'analisi del mercato della terminazione delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa compiuta sulla base del nuovo quadro

regolamentare del 2002, l'Autorità imponeva a Telecom Italia, in quanto operatore notificato ai sensi della Delibera n. 219/01/CONS, l'obbligo di non differenziare le tariffe al dettaglio su numerazioni 701 *on-net* ed *off-net*, stabilendo inoltre il mantenimento degli obblighi di cui alla delibera n. 152/02/CONS relativi alla presentazione e test di prezzo delle offerte *retail* di accesso ad Internet *dial-up*;

c) l'Autorità, raccogliendo l'invito espresso della Commissione Europea nella lettera SG-Greffe (2006) D/202771 ad analizzare il mercato in esame, tenuto conto che «gli obblighi appropriati possono essere imposti solo a seguito dell'individuazione del significativo potere di mercato», ha avviato con delibera n. 589/06/CONS, il procedimento volto al riesame del mercato al dettaglio dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up* nell'ambito del nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche, secondo la procedura di cui agli articoli 18 e 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche e definendo i mercati secondo i principi del diritto della concorrenza.

2. Si condividono le conclusioni raggiunte dall'Autorità in merito alla identificazione del mercato al dettaglio dei servizi d'accesso ad Internet in modalità *dial-up* quale destinatario di regolamentazione *ex ante*?

Osservazioni degli operatori

112. Telecom Italia concorda con l'Autorità circa il fatto che il mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* non sia da considerarsi quale destinatario di regolamentazione *ex ante*. Telecom Italia, in aggiunta, considera ridondante la successiva verifica delle condizioni competitive del mercato svolta dall'Autorità.

113. Tiscali ritiene che le conclusioni a cui è pervenuta l'Autorità siano formalmente corrette, ma auspica che le misure regolamentari vigenti, come la delibera n. 152/02/CONS, possano rappresentare un più forte deterrente per comportamenti anticompetitivi posti in essere dall'*incumbent* con particolare riguardo alle offerte *flat*.

114. Wind, come Tiscali, ribadisce la necessità di una più attenta valutazione della replicabilità delle offerte *retail* di Telecom Italia in quanto intravede fenomeni di *pre-emption* della clientela ADSL nelle aree dove tale servizio non è ancora disponibile.

Valutazioni dell'Autorità

115. L'Autorità ribadisce quanto specificato ai punti 101-103 circa le osservazioni di Wind sulla definizione del mercato rilevante. In relazione alla replicabilità delle offerte, l'Autorità ricorda che l'art. 10 del Codice delle Comunicazioni, che recepisce in normativa nazionale l'art. 5 della Direttiva Quadro, fornisce all'Autorità la base legale per richiedere ogni tipo di informazioni ritenute pertinenti, indipendentemente dal fatto che si tratti o meno di un mercato elencato nella Raccomandazione. Tali informazioni potranno riguardare sia i costi sia i prezzi al dettaglio al fine di consentire alle Autorità nazionali di formulare e vigilare sul rispetto di rimedi regolamentari applicati sui mercati all'ingrosso.

3. Valutazione del significativo potere di mercato

Introduzione

116. Il principale elemento di novità introdotto dal nuovo quadro normativo, in relazione al processo di definizione e di valutazione del significativo potere di mercato, è costituito dall'allineamento della definizione di significativo potere di mercato a quella data dalla Corte di giustizia europea per la nozione di posizione dominante di cui all'art. 82 del trattato CE. Difatti, il Codice, all'art. 17, comma 2, afferma che «si presume che un'impresa disponga di un significativo potere di mercato se, individualmente o congiuntamente con altri, gode di una posizione equivalente ad una posizione dominante ossia una posizione di forza economica tale da consentirle di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai concorrenti, dai clienti e, in definitiva, dai consumatori». Una sintesi degli orientamenti della Commissione circa l'interpretazione del concetto di posizione dominante nell'industria delle comunicazioni elettroniche è contenuta nelle Linee guida dell'11 luglio 2002 che le ANR devono tenere in massimo conto nello svolgimento delle loro analisi di mercato (articolo 17, comma 3, del Codice).

117. Le linee direttrici al paragrafo 70 stabiliscono che le ANR devono fare in modo che le loro decisioni siano conformi alla prassi della Commissione ed alla relativa giurisprudenza della Corte di giustizia e del Tribunale di primo grado in materia di posizione dominante. In realtà l'applicazione *ex ante* della nozione di significativo potere di mercato da parte delle ANR richiederà un adeguamento delle modalità di valutazione del potere di mercato utilizzate dalle Autorità per la concorrenza, in virtù della considerazione che le ANR si baseranno, necessariamente, su ipotesi diverse da quelle assunte dalle Autorità per la concorrenza nell'applicazione retrospettiva dell'art. 82. In particolare, le decisioni dell'Autorità si avvarranno, *inter alia*, di elementi di tipo previsionale basati su dati ed informazioni circa le condizioni del mercato disponibili al momento dell'adozione della decisione. L'orizzonte previsionale verrà calibrato sulla periodicità che il Codice impone per le analisi di mercato, che come già specificato altrove, è pari a 18 mesi.

118. Il potere di mercato di un'impresa si estrinseca e, pertanto, si misura, principalmente sulla base della capacità dell'impresa in questione di aumentare i prezzi senza che ciò comporti una riduzione apprezzabile delle vendite o dei ricavi a favore di altre imprese. Tale capacità è sottoposta ad una serie di vincoli di tipo concorrenziale provenienti sia dai concorrenti che l'impresa fronteggia direttamente nel proprio mercato di appartenenza, sia da imprese che potrebbero decidere di entrare nel mercato a medio termine qualora si verifichi un piccolo, ma significativo e non transitorio, aumento dei prezzi.

119. La quota di mercato detenuta da un'impresa può essere utilizzata quale indicatore della competitività del mercato. Sebbene nel nuovo quadro regolamentare il ruolo delle quote di mercato nelle analisi concorrenziali risulti ridimensionato rispetto al quadro precedente, le linee direttrici della Commissione, al paragrafo 75, ricordano espressamente che «le quote di mercato sono spesso usate come indicatore indiretto del potere di mercato». Inoltre, anche se al paragrafo 76 si afferma che nel caso di prodotti differenziati è preferibile utilizzare quote di mercato calcolate sulla base del valore delle vendite, al successivo paragrafo 77, si afferma che «spetta alle ANR decidere i criteri più adatti per misurare la presenza sul mercato», salvo però fornire alcune indicazioni circa le modalità di calcolo più adatte in alcuni dei mercati individuati dalla Raccomandazione.

120. La quota di mercato, però, non può essere utilizzata quale unico indicatore del potere di mercato e le linee guida, al paragrafo 78, ricordano che le Autorità di regolamentazione devono perciò «intraprendere un'analisi completa e globale delle caratteristiche economiche del mercato rilevante prima di formulare conclusioni circa l'esistenza di un significativo potere di mercato». A tal proposito vengono indicati quali criteri per la misurazione del potere di mercato, *inter alia*, la dimensione globale dell'impresa, il controllo di infrastrutture difficilmente duplicabili, le barriere all'ingresso, le economie di scala e di diversificazione, l'integrazione verticale, la rete di distribuzione e vendita e la concorrenza potenziale.

121. Il riscontro di una posizione di dominanza non può prescindere da una valutazione della facilità di ingresso e quindi delle barriere all'ingresso. Le principali barriere all'ingresso nel settore delle comunicazioni sono costituite da vincoli normativi e dalla necessità di effettuare notevoli investimenti, non sempre recuperabili. Per quanto riguarda i primi si pensi, ad esempio, al caso in cui si è fissato un limite al numero di imprese aventi accesso allo spettro radio per l'offerta di servizi connessi. Per quanto riguarda i secondi, si consideri l'incidenza sui costi totali di produzione di investimenti in capitale fisso con limitati usi alternativi al di fuori dell'industria delle comunicazioni. Tali barriere all'ingresso, però, possono rivestire un ruolo meno importante nei mercati caratterizzati da elevati tassi di innovazione tecnologica, come è il caso per determinati servizi/reti di comunicazione elettronica.

122. L'articolo 17, comma 2, del Codice stabilisce, in conformità con l'art. 82 del trattato CE, che «un'impresa può detenere un rilevante potere di mercato, ossia può detenere una posizione dominante, sia individualmente che congiuntamente con altri». Sebbene il concetto di dominanza collettiva sia in evoluzione, la Commissione e la giurisprudenza della Corte sono orientate a ritenere che una o più imprese detengano una posizione dominante collettiva quando in rapporto ai loro clienti e concorrenti si presentino come un'unica impresa, senza che vi sia concorrenza effettiva tra loro. Si noti che la Commissione ha affermato che l'assenza di concorrenza effettiva non

necessariamente deve essere ricondotta all'esistenza di legami economici, nel senso di legami strutturali, o ad altri fattori che potrebbero dar luogo a qualche forma di correlazione fra le imprese.

123. Le Linee guida specificano, al paragrafo 96, che le Autorità nazionali di regolamentazione per valutare *ex ante* la presenza delle condizioni che possano favorire l'insorgenza di una posizione dominante collettiva, devono considerare: *i)* se le caratteristiche del mercato siano tali da favorire un coordinamento tacito, e *ii)* se tale coordinamento sia sostenibile. Affinché il coordinamento sia sostenibile è necessario che non vi siano incentivi per le imprese a sottrarsi al coordinamento, nonostante le possibilità di ritorsione degli altri componenti del cartello collusivo, e che gli acquirenti ed i concorrenti marginali e/o potenziali non abbiano la capacità o non siano motivati ad opporsi a tale forma di coordinamento.

124. Al paragrafo 97, le Linee guida affermano che, fatta salva la giurisprudenza della Corte di Giustizia in materia, è probabile che una posizione dominante collettiva si verifichi allorché sussistano alcune specifiche condizioni di mercato tra le quali si ricordano: un'elevata concentrazione, un parallelismo fra la struttura dei prezzi e dei costi, una crescita moderata o stagnazione della domanda, una scarsa elasticità della domanda, una maturità tecnologica e una conseguente assenza di innovazione tecnologica, la sussistenza di legami e interconnessioni — anche informali — fra le imprese, la mancanza di concorrenza potenziale.

3.1. *L'analisi sul significativo potere di mercato*

125. Per procedere alla valutazione del grado di concorrenza effettiva nel mercato rilevante dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* e di verificare la presenza di imprese che godono di un significativo potere di mercato su di esso, l'Autorità ha acquisito tramite i questionari spediti agli operatori ed ISP in data 20 dicembre 2006 e 27 aprile 2007 (cfr. punti 27 e 29) informazioni circa:

a) i volumi venduti ed i corrispondenti ricavi da servizi di accesso ad Internet *dial-up* a consumo relativamente agli anni 2003-2006, differenziati fra servizi resi *on-net* ed *off-net*;

b) i volumi venduti ed i corrispondenti ricavi da servizi di accesso ad Internet *dial-up flat e semi-flat* relativamente agli anni 2003-2006;

c) le offerte a consumo, *flat* e *semi-flat* lanciate sul mercato con l'indicazione dei periodi di validità delle offerte, il dettaglio delle tariffe e le numerazioni utilizzate;

d) le barriere all'entrata, allo sviluppo della concorrenza, i costi di cambiamento (*switching costs*) ed altri problemi di natura competitiva così come percepiti dagli operatori e dagli ISP.

126. L'Autorità ritiene che in relazione al mercato dell'accesso commutato ad Internet i criteri più importanti per la valutazione del significativo potere di mercato siano: la dinamica e l'ampiezza delle quote di mercato, il controllo delle infrastrutture e le barriere all'entrata, l'integrazione verticale degli operatori, la presenza di economie di scala e di diversificazione, la facilità di accesso alle risorse finanziarie ed altre caratteristiche strutturali del mercato, quali le barriere al cambiamento da parte degli utenti e l'esistenza di un contropotere di acquisto della domanda di mercato.

3.1.1. *Struttura del mercato dei servizi di accesso ad Internet in modalità* dial-up

127. Il mercato dei servizi di accesso ad Internet, parallelamente alla diffusione di questo nuovo mezzo di comunicazione e, comunque, del «fenomeno» Internet, è cresciuto negli ultimi anni a ritmi molto sostenuti. Conseguentemente, i servizi di accesso sono arrivati a costituire, in termini di valore, una quota significativa del totale dei servizi di rete fissa. Nel segmento dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*, identificato quale mercato rilevante nella sezione precedente, però, si presenta un fenomeno di progressiva sostituzione con i servizi di accesso a banda larga. Difatti, come è possibile osservare dalla Tabella 4, i cui valori sono, per motivi di omogeneità ed unitarietà della fonte, tratti da uno studio Assinform, e comunque solo marginalmente difformi da quelli in possesso dell'Autorità,[18)] il segmento dell'accesso *dial-up* ha subito, nel periodo 2003-2005, una riduzione annua prossima al 15%, mentre, nel medesimo periodo, i servizi a banda larga sono cresciuti a tassi superiori al 30%.

[18)] Le difformità fra i dati in possesso dell'Autorità e quelli riportati nello studio Assinform sono da imputarsi principalmente alla diversa definizione del mercato dei servizi.

128. I dati raccolti tramite i questionari mostrano, nel corso del 2006, una ulteriore riduzione dei ricavi da servizi *dial-up* rispetto all'anno precedente, pari a circa il 25%. Gli operatori unanimemente concordano sul fatto che anche nell'arco dei prossimi due anni la riduzione dei ricavi nel segmento *dial-up* si attesterà su valori prossimi al 25% annuo.

TABELLA 4 - *Il mercato dei servizi di accesso ad Internet* (2003-2005)

(valori in milioni di euro)	*Ricavi totali 2003*	*Ricavi totali 2004*	*Δ % 2004/2003*	*Ricavi totali 2005*	*Δ % 2005/2004*
Dial-up [(1)]	475	390	-17,9%	335	-14,1%
Banda larga [(2)]	1.110	1.585	42,8%	2.055	29,7%
Accesso Internet	**1.585**	**1.975**	**24,6%**	**2.390**	**21,0%**

[(1)] Inclusa *reverse interconnection*.

[(2)] Servizi erogati tramite accessi xDLS, fibra ottica e satellite.

Fonte: AITech-Assinform/Net Consulting.

129. Il mercato è caratterizzato dalla presenza di operatori di servizi di comunicazione di rete fissa, che presentano nel proprio portafoglio anche servizi di accesso *dial-up* ad Internet, e da una pluralità di *Internet Service Providers*, che forniscono il medesimo servizio nell'ambito di più ampia gamma di prodotti (quali *hosting, housing etc.*) specificamente rivolta ad una clientela che si avvale di Internet per le proprie attività.

130. Le offerte degli operatori, che sono riportate nella Tabella 9, si articolano sostanzialmente secondo due modalità di tariffazione:

- minutaria;
- forfetaria.

131. In relazione alle modalità di fatturazione, gli operatori che si avvalgono delle numerazioni 700, 702 o 709 per la fornitura del servizio, possono instaurare un rapporto contrattuale con i singoli utilizzatori finali e, pertanto, fatturano direttamente al cliente i servizi resi. Coloro, invece, che si avvalgono delle numerazioni geografiche o 701 per lo specifico servizio di accesso *dial-up* ad Internet, non fatturano direttamente il cliente finale per il servizio reso, ma ricorrono ai servizi di fatturazione e rischio insolvenza di Telecom Italia.

3.1.2. *Livello ed andamento delle quote di mercato*

132. La seguente Tabella 5 illustra le quote di mercato, calcolate in riferimento al totale dei ricavi conseguiti nel mercato *retail*, distinti secondo la modalità *on-net* ed *off-net*. [19)]

TABELLA 5 - *Quote di mercato in termini di ricavi al netto delle quote da riversare*

	2003		2004		2005		2006 H1	
	Totale		Totale		Totale		Totale	
	On-Net	*Off-Net*	*On-Net*	*Off-Net*	*On-Net*	*Off-Net*	*On-Net*	*Off-Net*
Telecom Italia	60,60%		51,88%		38,27%		33,32%	
	82,59%	45,52%	80,55%	36,31%	77,96%	14,81%	77,15%	12,04%
Wind	26,53%		32,34%		41,51%		44,46%	
	16,49%	33,42%	17,66%	40,31%	19,70%	54,40%	20,85%	55,93%
Tiscali	9,67%		11,71%		14,56%		17,13%	
	0,11%	16,23%	0,60%	17,75%	0,67%	22,78%	0,66%	25,12%
Altri	3,20%		4,07%		5,66%		5,09%	
	0,81%	4,83%	1,19%	5,63%	1,67%	8,01%	1,34%	6,91%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

133. Le quote di mercato sono state calcolate utilizzando come base di riferimento il valore complessivo dei ricavi degli operatori ed ISP attivi nel mercato *retail* al netto delle quote da riversare ad altri operatori/ISP. È opportuno precisare che tali ricavi hanno subito una vistosa contrazione passando da un valore pari a circa 497 milioni di euro nel 2003 a circa 120 milioni di euro dei primi 6 mesi del 2006 (approssimativamente 240 milioni su base annuale).

[19)] Si veda il punto 64 per una definizione di chiamate *on-net* ed *off-net* nel contesto del servizio oggetto d'analisi.

134. Le quote di mercato calcolate sui ricavi degli operatori al netto delle quote da riversare, che costituiscono, per un operatore, il reale valore del servizio di accesso ad Internet *dial-up*, mostrano una continua riduzione del peso di Telecom Italia sul mercato, con una significativa riduzione tra il 2004 ed il 2005. Wind, Tiscali e gli altri operatori, invece, registrano un graduale incremento delle proprie quote di mercato.

135. La quota di mercato di Wind, pari al 44,6%, risulta essere la più ampia nell'ultimo periodo di rilevazione (il primo semestre del 2006). In ogni caso, nessun operatore ha conseguito, nel medesimo periodo, una quota di mercato superiore al 50%.

136. La costante crescita della quota di Wind nel corso del periodo di rilevazione potrebbe suscitare alcuni timori circa la possibilità che il mercato prospetticamente, nel corso del periodo di validità di questa analisi, possa riconcentrarsi in mano all'operatore Wind. L'Autorità non ritiene, però, che tali timori siano fondati, sia perché la dinamica temporale della quota di Wind ha subito, nel corso del periodo 2005-2006 un rallentamento, essendo cresciuta in tale periodo di meno di tre punti percentuali (meno, in termini relativi, di quanto non sia cresciuta la quota di Tiscali), il che renderebbe improbabile che nel corso dei prossimi 18 mesi essa possa superare la soglia d'attenzione del 50%, sia perché, come è possibile osservare dalla seguente Tabella 6, che riporta l'indice di Herfindhal-Hirschman, il mercato ha mostrato, nel tempo, una costante riduzione della concentrazione.

TABELLA 6 - *Indice di Herfindhal-Hischmann - ricavi*

	2003	2004	2005	2006H1
Indice HHI	4.480	3.891	3.432	3.406

137. La Tabella 7 illustra le quote di mercato, calcolate in riferimento al totale dei minuti di collegamento nel mercato *retail*, distinti secondo la modalità *on-net* ed *off-net*.

138. Le quote di mercato sono state calcolate utilizzando come base di riferimento il numero complessivo dei minuti di traffico *dial-up* sviluppati dagli utenti sia in modalità *on-net* che *off-net*. Tale traffico ha, nel corso del tempo, manifestato una sostanziale riduzione passando dai circa 72 miliardi di minuti del 2003 ai circa 22 miliardi di minuti nei primi 6 mesi del 2006 (approssimativamente 44 miliardi di minuti su base annua), a causa della progressiva migrazione degli utenti verso i più veloci servizi a banda larga.

TABELLA 7 - *Quote di mercato in termini di volumi di traffico a consumo e* flat

	2003		2004		2005		2006 H1	
	Totale		Totale		Totale		Totale	
	On-Net	*Off-Net*	*On-Net*	*Off-Net*	*On-Net*	*Off-Net*	*On-Net*	*Off-Net*
Telecom Italia	48,37%		48,18%		53,57%		55,65%	
	50,72%	47,18%	53,68%	45,77%	55,84%	52,52%	70,67%	47,69%
Wind	34,58%		32,31%		23,56%		25,19%	
	42,55%	30,56%	35,15%	31,07%	29,59%	20,77%	18,68%	28,64%
Tiscali	10,97%		10,86%		11,43%		10,08%	
	0,34%	16,34%	0,39%	15,46%	0,43%	16,51%	0,27%	15,29%
Altri	6,08%		8,65%		11,44%		9,08%	
	6,39%	5,92%	10,78%	7,70%	14,14%	10,20%	10,38%	8,38%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

139. Le quote di mercato relative ai volumi di traffico generato mostrano che - tra il 2003 ed il 2004 - Telecom Italia ha registrato un mantenimento della propria posizione, cui ha fatto seguito una ripresa negli anni 2005 e 2006; Wind, invece, mostra un graduale decremento delle proprie quote, mentre Tiscali denota una sostanziale stazionarietà della propria posizione nel mercato, infine, gli altri operatori, hanno recuperato, nel tempo, qualche punto percentuale (ad esempio Tele2 ed Eutelia hanno migliorato la propria posizione di traffico *on-net*, probabilmente offrendo ai propri clienti servizi sempre migliori in termini di qualità dei collegamenti).

140. Telecom Italia risulta, nel tempo, l'operatore in possesso della maggiore quota di mercato in volumi, che, negli ultimi due periodi di rilevazione, supera la soglia del 50%; il mercato, come risulta dalla Tabella 8, ha conseguentemente mostrato, nel corso degli ultimi due periodi, una tendenza alla concentrazione.

TABELLA 8 - *Indice di Herfindhal-Hischmann - volumi*

	2003	2004	2005	2006H1
Indice HHI	3.693	3.558	3.686	3.916

141. Da una lettura combinata delle quote di mercato calcolate sui ricavi e sui volumi di traffico, sembrerebbe che Telecom Italia, a differenza degli altri operatori, abbia prediletto nel tempo strategie di mantenimento delle posizioni per quanto riguarda il traffico (quindi trattenendo quote di clientela che utilizzano maggiormente il servizio), a scapito di maggiori ricavi.

142. A parere di Telecom Italia, il differente andamento dei propri ricavi e dei propri volumi, entrambi decrescenti, ma con i primi in misura nettamente superiore ai secondi (che si riflette nelle quote di mercato di Telecom Italia, decrescenti in ricavi, crescenti in volumi) è dovuto alla maggiore aggressività delle proprie politiche di prezzo, in particolare, a partire dal 2005, sulle offerte *flat*. Secondo Telecom Italia, il successo delle proprie offerte *flat* ha causato un sensibile incremento nei consumi da parte degli utenti che hanno aderito a queste offerte e che in precedenza utilizzavano servizi minutari.

143. Dal punto di vista prospettico, L'Autorità ritiene che le quote di mercato in termini di ricavi non dovrebbero subire, nel periodo di validità di questa analisi, variazioni tali da lasciar intravedere ulteriori incrementi della quota di mercato di Telecom Italia. Anzi, la prevista riduzione dell'utilizzo dei servizi di accesso in modalità *dial-up*, in favore dei servizi in banda larga, ed il progressivo ampliamento della copertura territoriale dei servizi in banda larga dovrebbero portare ad un riequilibrio delle quote di mercato attraverso una riduzione delle quote degli operatori che maggiormente forniscono i propri servizi attraverso formule *flat* (gli utenti che aderiscono ad offerte *flat* sono, infatti, i primi a migrare verso le offerte di accesso a banda larga).

144. La valutazione delle quote di mercato calcolate in termini di ricavi evidenzierebbe l'assenza di operatori aventi significativo potere di mercato; d'altra parte si rilevano alcune criticità in relazione alla quota di mercato di Telecom Italia in termini di volumi.

145. Le linee Direttrici indicano però che non è possibile stabilire l'esistenza di una posizione dominante unicamente sulla base dell'analisi delle quote di mercato. Pertanto l'Autorità ritiene opportuno, prima di formulare conclusioni circa la sussistenza di imprese con significativo potere di mercato, analizzare altre caratteristiche strutturali del mercato dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up*. Sono stati pertanto analizzati altri criteri quali: il livello di integrazione verticale ed orizzontale, il controllo di infrastrutture difficili da duplicare, le barriere all'ingresso, le economie di scala e di diversificazione, la facilità di accesso alle risorse finanziarie, le barriere al cambiamento da parte degli utenti (*switching costs*) e l'esistenza di contropotere di acquisto della domanda di mercato.

3.1.3. *Criteri aggiuntivi di valutazione del potere di mercato*

Integrazione orizzontale e verticale

146. Tutti i maggiori operatori ed ISP presenti sul mercato presentano un buon grado di integrazione orizzontale in quanto offrono, nella totalità dei casi, un servizio di accesso ad Internet in modalità *dial-up*, commercializzato sia singolarmente, sia in congiunzione ad altri servizi, quali quelli di fonia, di *hosting*, di *housing*, di fornitura di servizi di posta elettronica, spazio *web*, registrazione di domini, etc. Pertanto, in relazione al mercato dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up*, non si riscontrano significative asimmetrie nel livello di integrazione orizzontale fra gli attori presenti. In ogni caso, la presenza da lungo tempo sul mercato di due tipologie di attori di dimensioni molto differenti, gli operatori di telecomunicazioni e gli ISP, che perseguono logiche di fornitura congiunta di servizi molto differenti, maggiormente orientate all'integrazione con servizi di telefonia i primi, maggiormente orientate all'integrazione con servizi di *housing*, *hosting* e *farming* i secondi, porta a ritenere che l'integrazione orizzontale non possa costituire un ostacolo all'ingresso di nuove imprese nel mercato.

147. Nel mercato dell'accesso commutato ad Internet si possono distinguere tre tipologie di fornitori che si differenziano per il diverso grado di integrazione verticale lungo la catena del valore:

- l'*incumbent* che, controllando attraverso un'infrastruttura di rete propria l'intera catena produttiva, beneficia in misura massima delle economie derivanti dalla razionalizzazione dei costi di natura tecnico-operativa e dalla riduzione dei costi di coordinamento;

• gli operatori di telefonia fissa che, avendo accesso alla rete telefonica in rame secondo la regolamentazione vigente, beneficiano anch'essi delle economie derivanti dal controllo di buona parte dell'intero processo produttivo, ma in misura inferiore rispetto a Telecom Italia;

• gli ISP che, non operando nel mercato della trasmissione vocale e non essendo verticalmente integrati, ricorrono ad accordi commerciali con gli operatori di telefonia.

148. La regolamentazione vigente sul mercato all'ingrosso e la contemporanea presenza sul mercato di queste tre tipologie di fornitori segnalerebbero che l'integrazione verticale non costituirebbe un fattore discriminante fra le imprese esistenti e, più in generale, di ostacolo all'ingresso di nuove imprese.

Controllo di infrastrutture difficili da duplicare e barriere all'entrata

149. Il controllo di infrastrutture di difficile duplicazione, inteso come vincolo per un funzionamento concorrenziale del mercato, nel mercato dell'accesso ad Internet non assume un ruolo importante, in quanto esso rappresenta sicuramente un generico prerequisito per la fornitura dei servizi, ma non un elemento discriminante, da parte di un qualunque operatore o ISP che volesse accedere al mercato in questione. Infatti, la regolamentazione esistente sui mercati intermedi della catena tecnologico-produttiva dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up*, consente ai potenziali concorrenti di approvvigionarsi di tutti gli strumenti trasmissivi utili alla fornitura dei servizi.

150. Inoltre, la differenza esistente tra operatori di telefonia autorizzati e ISP licenziatari, che fino a qualche anno fa rappresentava una barriera all'entrata di tipo normativo nel mercato, è stata superata con la legge n. 59 del 2002 e dal quadro regolamentare del 2002 pertanto, allo stato, si può affermare con certezza che non esiste alcuna barriera di tipo normativo all'ingresso nel mercato dell'accesso ad Internet *dial-up*.

Economie di scala e di scopo

151. Le economie di scala, intese come riduzioni del costo medio di fornitura del servizio all'aumentare del numero di accessi da parte degli utenti, non hanno un peso significativo nel mercato in esame, in quanto la capacità produttiva necessaria a fornire il servizio a costi medi di produzione minimi (scala minima efficiente di produzione) è molto ridotta rispetto all'ampiezza del mercato, tanto che su di esso si rileva, dal lato dell'offerta, la presenza di numerosi ISP di dimensioni ridotte.

152. Appaiono, invece, più rilevanti le economie di scopo o diversificazione, intese, nella fattispecie, come quei risparmi di costo, nella fornitura del servizio di accesso ad Internet *dial-up*, che gli operatori ottengono quando sfruttano tecnologie e risorse e relazioni contrattuali utilizzate per la fornitura di altri servizi, quali quelli di telefonia. Questo spiegherebbe perché la maggior parte del mercato è in mano ad operatori di telecomunicazioni che sono in grado di affiancare ai propri servizi di telefonia una più vasta gamma di servizi, tra cui i servizi di accesso *dial-up* ad Internet, che, permettendo la condivisione di alcune componenti di costo, consentono loro di raggiungere livelli efficienti di produzione del servizio. L'Autorità, comunque, non rileva nel mercato in esame significative asimmetrie, in relazione alle economie di scopo conseguibili, tra gli operatori attivi.

Accesso alle risorse finanziarie

153. Nel mercato dell'accesso *dial-up* ad Internet eventuali nuovi entranti non devono effettuare ingenti investimenti di capitali, tenuto conto della semplicità dell'apparato tecnico-produttivo e la maturità delle tecnologie necessarie alla fornitura del servizio. Pertanto, le difficoltà che le nuove imprese o le imprese di dimensioni inferiori si trovano talvolta a dover affrontare, relative alle differenti condizioni di accesso alle risorse finanziarie, che tipicamente si manifestano sotto forma di interessi più elevati e di razionamento più severo dei fondi, non arrivano a costituire, nel mercato in esame, barriere all'ingresso. [20)]

[20)] È evidente che tali barriere all'ingresso sono da ricondursi non tanto alla struttura del mercato sottoposto ad analisi, quanto a quella del mercato dei capitali. Quest'ultimo infatti, non operando sempre in condizioni di efficienza, discriminerebbe verso nuovi entranti o piccole imprese.

Contropotere d'acquisto

154. Gli acquirenti possono esercitare qualche forma di contropotere d'acquisto nei confronti del fornitore nel momento in cui esiste una minaccia credibile che essi possano servirsi altrove e che da ciò il fornitore ne derivi un sensibile danno economico. Nel caso del mercato dei servizi di accesso ad Internet, come del resto in tutti gli altri mercati al dettaglio rivolti principalmente all'utenza residenziale, è assolutamente improbabile che la minaccia di un singolo utente di cambiare fornitore possa esercitare alcun vincolo sul comportamento di quest'ultimo.

*Barriere al cambiamento (*switching costs*)*

155. Allo stato attuale esiste la possibilità per gli utenti finali di accedere in modalità *dial-up* ad un servizio Internet fornito da qualunque operatore presente sul mercato. Difatti, il cambiamento del fornitore di servizi di accesso è estremamente semplice e richiede la sola variazione della numerazione da raggiungere nelle opzioni di configurazione del computer. Di conseguenza, non si rileva l'esistenza di alcuna barriera per i consumatori dei servizi in esame al cambiamento.

3.2. *Conclusioni circa la presenza di operatori con significativo potere di mercato*

156. Sulla base dell'analisi svolta ai punti precedenti che ha riguardato: *i)* la struttura del mercato, *ii)* il livello e la dinamica delle quote di mercato, *iii)* l'integrazione orizzontale e verticale, *iv)* il controllo di infrastrutture difficili da duplicare e le barriere all'entrata, *v)* le economie di scale e di scopo, *vi)* l'accesso alle risorse finanziarie, *vii)* il contropotere d'acquisto, e *viii)* le barriere al cambiamento. l'Autorità ritiene che nel mercato al dettaglio dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up* non vi siano operatori aventi significativo potere di mercato.

157. Pertanto l'Autorità ritiene che debbano essere rimossi i previgenti obblighi in capo a Telecom Italia in relazione al mercato oggetto d'analisi.

3. Si condividono le conclusioni raggiunte dall'Autoritá in merito alla valutazione del grado di concorrenza esistente nel mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalitá *dial-up?*

Osservazioni degli operatori

158. Telecom Italia concorda con l'analisi dell'Autorità circa la valutazione del grado di concorrenzialità del mercato ed evidenzia come tutti i principali criteri di verifica dell'esistenza di posizioni dominanti proposti dalle Linee direttrici della Commissione abbiano dato, nella valutazione dell'Autorità, indicazioni unanimi in merito all'effettiva concorrenzialità del mercato. Telecom Italia, però ritiene che sarebbe stato più corretto calcolare la propria quota di mercato in termini di volumi facendo riferimento al solo traffico per il quale dispone di titolarità della tariffa.

159. Wind sostiene che la definizione del mercato fornita dall'Autorità, non includendo i servizi di accesso a banda larga, abbia condotto ad una erronea valutazione del grado di concorrenzialità del mercato. Wind, in aggiunta, ritiene che le quote di mercato in termini di ricavi sarebbero dovute essere calcolate sulla base dei ricavi al lordo delle quote da riversare ad altri operatori.

160. Tiscali, infine, ritiene formalmente corrette le conclusioni a cui è pervenuta l'Autorità.

Valutazioni dell'Autorità

161. In relazione alle osservazioni di Telecom Italia, l'Autorità ritiene che tutti i volumi prodotti da tale società concorrano alla determinazione della propria quota di mercato. In relazione alle osservazioni di Wind, l'Autorità ritiene che il computo delle quote di mercato sulla base dei ricavi lordi avrebbe condotto ad una erronea duplicazione di poste di ricavi e che pertanto, i ricavi al netto delle quote da riversare ad altri operatori sotto forma di *revenue sharing*, non contenendo poste intese a remunerare prestazioni offerte sul mercato *wholesale*, siano la grandezza economica più adatta alla misurazione del potere di mercato nell'ambito di servizi *retail*.

Tabella 9 – Condizioni economiche degli accessi ad Internet in modalità *dial-up* (Euro– 2007)

	OFFERTA	TIPO OFFERTA	PREZZI (IVA ESCLUSA)		NUMERAZIONE					DECORRENZA
			CANONE	TARIFFA MINUTARIA (PEAK AL MINUTO)	GEOGRAFICA	701	702	ALTRA 700	ALTRA	
TELECOM ITALIA	TELECONOMY INTERNET	FLAT	10€/MESE				X			1/8/2005
	OPZIONE ONLINE BUSINESS	FLAT	10€/MESE				X			1/7/2005
	ALICE 1 CENT	MINUTARIA		0,83€/CENT		X				1/11/2003
	ALICE BASIC	MINUTARIA		0,83€/CENT		X				24/03/2006
	1 CENT.NET	MINUTARIA		0,83€/CENT		X				1/11/2003
WIND	H-NET 365	FLAT	103€/ANNO		X		X		X	1/10/1999
	H-NET 60	FLAT	6€/BIMESTRALE+25€ ATTIVAZIONE							1/10/1999
	H-NET ABBONMENT	FLAT	6€/MESE							1/10/1999
	LIBERO & SOGNO	FLAT	PREZZO LEGATO A CONTRATTO DI FONIA				X		X	01/09/2000
	FLAT NO-STOP	FLAT	51,21€ PER ATTIVAZIONE		X					2002
	INTERNET SENZA LIMITI	FLAT	12€/MESE				X			01/01/2007
	1088 LIGHT	MINUTARIA		0,20€/CENT	X					
	SPAZIO ZERO	SEMI/FLAT	4,625€/MESE	0,79€/CENT	X				X	
	INTERNET GRATIS (D7 INFO.RACCOLTA)	MINUTARIA		0,95€/CENT				X		
	INTERNET GRATIS (D7 TUTTI REVERSE)	MINUTARIA		1,9€/CENT			X			
			CANONE	TARIFFA MINUTARIA (PEAK AL MINUTO)	GEOGRAFICA	701	702	ALTRA 700	ALTRA	

	OFFERTA	TIPO OFFERTA	PREZZI (IVA ESCLUSA)		NUMERAZIONE					DECORRENZA
	INTERNET GRATIS (GEO. INFO)	MINUTARIA		1,75€/CENT		X				
	INTERNET GRATIS TUTTI					X				01/01/2007
TISCALI	INTERNET FLAT NIGHT	SEMI/FLAT	12,95€/MESE	1,5€/CENT			X			01/04/2003
	INTERNET FLAT DAY	SEMI/FLAT	14,95€/MESE	1,5€/CENT			X			01/04/2003
	INTERNET FLAT 24 ORE	SEMI/FLAT	29,95€/MESE	1,0€/CENT			X			01/04/2003
	INTERNET FREE	MINUTARIA		1,9€/CENT			X			01/06/2006
	INTERNET FREE (DEDICATO AI CLIENTI CPS)	MINUTARIA		1,69€/CENT			X			01/03/2006
TELE 2	TELE2 INTERNET	MINUTARIA		1,2€/CENT			X			01/03/2005
BT ITALIA E ATLANET	VARIE OFFERTE CON FATTURAZIONE TI	MINUTARIA					X	X		
	VARIE OFFERTE CON FATTURAZIONE BT ITALIA	MINUTARIA						X		
EUTELIA	INTERNET NIGHT	SEMI/FLAT	12,00€/MESE				X			2004
	SUPER FREE INTERNET	MINUTARIA		0,0189€/CENT			X			2004
	EASYCALL	MINUTARIA		0,015€/CENT			X			2004
	DISTANZA ZERO	MINUTARIA		0,012€/CENT			X			2004
	POWERED DIAL	MINUTARIA		0,012€/CENT			X			2004
WELCOME ITALIA	WELCOME FREESERVE INTERNET *DIAL-UP*	MINUTARIA		1,75€/CENT					X	1/07/2005
Interfree ex CDC	INTERNET *DIAL-UP*	MINUTARIA		1,90€/CENT	X		X			1999

ALLEGATO B
alla delibera n. 606/07/CONS

ANALISI DI IMPATTO DELLA REGOLAMENTAZIONE

L'analisi dell'impatto regolamentare richiede di valutare:

a) l'ambito dell'intervento regolamentare proposto, con particolare riferimento alle categorie di soggetti coinvolti, sia direttamente sia indirettamente;

b) gli obiettivi generali e specifici del provvedimento, sia immediati sia di medio/lungo periodo, indicando contestualmente l'orizzonte temporale in cui i risultati auspicati dovrebbero realizzarsi;

c) la metodologia adottata per l'analisi dell'impatto della regolamentazione;

d) l'impatto dell'intervento regolamentare sui destinatari diretti ed indiretti, attraverso l'analisi delle categorie di costi e benefici economici e finanziari, nonché una valutazione dell'effettivo rispetto del principio di proporzionalità.

A. Ambito oggettivo e soggettivo di intervento; destinatari indiretti e diretti

A.1 *Ambito oggettivo di intervento*

L'ambito di intervento oggettivo è identificato dal mercato rilevante oggetto della presente analisi, ovvero il mercato nazionale al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*.

Tale ambito comprende, quindi, i servizi di accesso ad Internet in modalità commutata su linee analogiche, e su linee ISDN-B; esso include tanto i servizi offerti con tariffa minutaria, quanto quelli offerti forfetariamente, ricorrendo a numerazioni geografiche e non geografiche.

A.2 *Ambito soggettivo di intervento*

L'Autorità, nell'analizzare il mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*, ha ritenuto che non vi fossero elementi che impedissero la rimozione degli obblighi previgenti in capo a Telecom Italia. A tali conclusioni, infatti, è pervenuta dopo una disamina della situazione competitiva presente sul mercato nazionale che ha evidenziato la presenza, da lungo tempo, di due tipologie di attori di dimensioni differenti: gli operatori di telecomunicazioni e gli Internet Service Provider. La presenza di tali operatori, unitamente alla regolamentazione all'ingrosso dei servizi di originazione e all'assenza di barriere all'ingresso di tipo economico e normativo, all'assenza di costi non recuperabili (*sunk cost*), allo scarso peso delle economie di scala nella fornitura del servizio (tenuto conto della modesta capacità produttiva necessaria a fornire il servizio a costi medi di produzione minimi), alla possibilità, per gli utenti, di accedere senza notevoli difficoltà al servizio offerto dai diversi fornitori con la conseguenza che gli *switching cost* totali (tanto quelli sostenuti dal consumatore per cambiare fornitore, quanto quelli sostenuti dal fornitore per poter servire il nuovo consumatore) associati alla transizione da un vecchio ad un nuovo fornitore sono praticamente nulli, rappresentano, congiuntamente, fattori che denotano una struttura di mercato tendenzialmente concorrenziale.

L'Autorità ha, peraltro, evidenziato che il mercato si trova in una fase di maturità o addirittura di declino ed ha considerato che nel segmento dei servizi di accesso ad Internet, si presenta un fenomeno di progressiva sostituzione con i più innovativi servizi a banda larga; questa considerazione, assume un rilievo significativo se si considera che la possibilità di ingresso di nuovi concorrenti è estremamente limitata nel particolare segmento di mercato.

In particolare, il provvedimento regolamentare adottato dall'Autorità comporta la rimozione dei seguenti obblighi in capo all'*incumbent*:

a) obblighi di comunicazione preventiva delle condizioni di offerta al pubblico;

b) obblighi di controllo dei prezzi dei servizi finali;

c) obblighi di non differenziazione dei prezzi al dettaglio relativi alle numerazioni 701.

L'ambito soggettivo di intervento è, quindi, costituito dai destinatari diretti ed indiretti delle misure regolamentari introdotte.

I destinatari diretti della rimozione degli obblighi suddetti sono rappresentati dagli attori attualmente presenti nel mercato, dal lato della domanda e dal lato dell'offerta. Dal lato della domanda di mercato, i destinatari diretti sono, quindi, i clienti finali che usufruiscono dei servizi di accesso commutato ad Internet e che, con tale provvedimento, beneficiano della maggiore chiarezza delle condizioni economiche di offerta (e quindi una più attenta capacità di valutazione) e della possibilità di scegliere liberamente tra tutti gli operatori per l'acquisizione del servizio di accesso ad Internet; dal lato dell'offerta, gli operatori e i providers che competono con Telecom Italia sono anch'essi direttamente coinvolti dal presente provvedimento in quanto possono trarre beneficio dalle misure regolamentari introdotte, volte ad incrementare la concorrenzialità nel mercato, soprattutto in quelle zone del Paese ancora non raggiunte dai servizi di accesso ad Internet con tecnologia ADSL.

Tenuto conto dello scarso interesse che potrebbero manifestare eventuali operatori non presenti sul mercato, stando l'attuale stato di declino dello stesso, l'Autorità ritiene che i principali destinatari indiretti del provvedimento sono rappresentati da quei potenziali utenti che, non potendo usufruire di accessi alternativi ad Internet o non avendo ancora un collegamento alla rete, potrebbero decidere di fornirsi di questo servizio incoraggiati dalla più ampia libertà di scelta del fornitore di riferimento, indipendentemente dal proprio operatore telefonico, e da una riduzione dei prezzi del servizio fornito, indotta dal presente provvedimento.

B. Obiettivi e risultati attesi

B.1. *Obiettivi generali*

Il provvedimento oggetto di questa analisi persegue gli obiettivi stabiliti dal nuovo quadro regolamentare e recepiti nel Codice.

In particolare, l'Autorità (ai sensi dell'art. 13, comma 4, del Codice) promuove «la concorrenza nella fornitura delle reti e dei servizi di comunicazione elettronica, nonché delle risorse e servizi correlati: *a)* assicurando che gli utenti, compresi i disabili, ne traggano il massimo beneficio sul piano della scelta, del prezzo e della qualità; *b)* garantendo che non abbiano luogo distorsioni e restrizioni della concorrenza nel settore delle comunicazioni elettroniche; *c)* incoraggiando investimenti efficienti e sostenibili in materia di infrastrutture e promuovendo l'innovazione e lo sviluppo di reti e servizi di comunicazione elettronica...». Inoltre, l'art. 13, comma 6, impone all'Autorità di promuovere gli interessi dei cittadini e di garantire la tutela dei consumatori.

Peraltro, come indicato nelle Linee guida (paragrafi 117 e 118), l'Autorità è chiamata a verificare che ogni correttivo imposto sia compatibile con il «principio di proporzionalità», ovvero che l'obbligo sia basato sulla natura della restrizione della concorrenza accertata e sia giustificato alla luce degli obiettivi fondamentali perseguiti con l'azione regolamentare di cui all'art. 8 della direttiva Quadro e agli articoli 4 e 13 del Codice.

B.2. *Obiettivi specifici*

Tra gli obiettivi specifici del provvedimento regolamentare in esame, quelli principali sono rappresentati dallo sviluppo ed il mantenimento della concorrenza nel mercato dell'accesso commutato ad Internet, e dall'assicurazione che gli utenti finali traggano il massimo beneficio sul piano della scelta, del prezzo e della qualità dei servizi richiesti. La rimozione degli obblighi in capo all'*incumbent*, infatti, si giustifica, come riportato nel documento di analisi, con la presenza di condizioni strutturali di concorrenza del mercato che si ritiene, ragionevolmente, siano destinate a perdurare nel tempo, tenuto conto, comunque, dello stato di declino del mercato dell'accesso ad Internet in modalità *dial-up*.

C. Metodologia di analisi adottata

Metodologia impiegata per l'analisi dell'impatto regolamentare

La metodologia utilizzata per l'analisi dell'impatto regolamentare è volta all'individuazione dei benefici e dei costi derivanti ai destinatari diretti e indiretti delle misure regolamentari previste per il mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up*. Essa è finalizzata a confrontare l'efficienza di differenti alternative utilizzabili in un dato contesto per raggiungere gli obiettivi generici e specifici sopra menzionati, propri dell'attività di regolamentazione.

L'analisi costi benefici è fondata su alcuni principi di teoria microeconomica, dalla quale mutua modelli e concetti; pertanto le tecniche quantitative solitamente utilizzate si basano su analisi di indicatori statistici, modelli di mercato, creazione di benchmark

attraverso l'analisi dello sviluppo dei dati (*Dea - Data Envelopment Analysis*) oppure mediante analisi basate su indagini effettuate tra le imprese e tra i consumatori.

L'analisi costi/benefici della regolamentazione, peraltro, deve necessariamente tener conto delle condizioni caratterizzanti il mercato di riferimento, vale a dire deve considerare il comportamento delle imprese, gli indicatori della struttura competitiva del mercato, le caratteristiche del mercato che facilitano comportamenti collusivi e di cartello ed, infine, gli indicatori di rischio e i fallimenti del mercato stesso.

Nella fattispecie del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità *dial-up* l'Autorità dopo aver definito l'ambito di analisi (il mercato nella sua espressione merceologica, geografica e temporale), sulla base dei dati quali - quantitativi a disposizione ha individuato i costi e i benefici rilevanti, espressi, ciascuno, nella propria unità di misura. In mancanza di dati attendibili e/o confrontabili ha, ragionevolmente, formulato delle previsioni e delle stime in termini quantitativi circa i valori assumibili dalle due variabili in esame. L'Autorità ha cercato, inoltre, laddove possibile, di monetizzare i vantaggi e gli svantaggi ottenendo i benefici totali ed i costi totali del provvedimento regolatorio.

D. IMPATTO DELL'INTERVENTO REGOLAMENTARE

D.1. *Impatto sui destinatari diretti*

Per quanto riguarda l'impatto della deregolamentazione sugli utenti finali, l'Autorità ha valutato che il principale beneficio che essi possono ricevere dalla rimozione degli obblighi suddetti in capo all'*incumbent*, risieda nella possibilità di scegliere liberamente l'operatore telefonico e/o l'ISP cui affidare il servizio di accesso ad Internet, senza dover pagare tariffe maggiorate nel caso di una connessione tramite un operatore o ISP che non sia quello che gestisce il proprio traffico telefonico. Tenuto conto che il mercato attraversa una fase di declino e quindi risulta di scarso interesse per eventuali nuovi operatori, tale beneficio potrebbe essere quantificato in un risparmio massimo ottenibile di circa 164 milioni di Euro annui (corrispondenti a circa 28 miliardi di minuti di connessione annui o 470 milioni di ore circa all'anno), pari al valore complessivo dei ricavi netti *off-net* dichiarati da tutti gli operatori, nell'ipotesi che le imprese operanti nel mercato preferiscano trarre il massimo profitto perseguendo una strategia di cooperazione, e che, pertanto, a seguito della rimozione degli obblighi regolamentari preesistenti non applichino più tariffe differenziate a seconda dell'operatore di terminazione.

Il provvedimento adottato dall'Autorità, incide in maniera differente sugli operatori e sui provider in quanto il beneficio degli utenti finali rappresenterebbe apparentemente un costo per gli operatori complessivamente individuati; tuttavia si ritiene improbabile che tali risorse vengano destinate, dai consumatori finali, verso usi differenti da quelli cui attualmente sono destinati e, pertanto si può ragionevolmente presumere che per gli operatori la sfida concorrenziale si sposti soltanto su un terreno limitrofo.

Peraltro il beneficio, per tutti gli operatori attuali e potenziali, dell'affermarsi di una situazione di concorrenza del mercato, è ben rappresentato dall'indice di Herfindhal-Hischmann calcolato sui ricavi che mostra livelli di concentrazione progressivamente decrescenti nel tempo.

Anche l'analisi delle quote di mercato dimostra che nel tempo si è raggiunto un sostanziale equilibrio sia in termini di ricavi che di volumi di traffico.

D'altra parte è importante segnalare che, con il provvedimento adottato, vengono ad eliminarsi i costi diretti della regolamentazione che hanno gravato finora sia sull'*incumbent* che sull'Autorità stessa.

D.3. *Impatto sui destinatari indiretti*

In considerazione del fatto che i principali destinatari indiretti del provvedimento sono quei potenziali utenti che, non potendo usufruire di accessi alternativi ad Internet o non avendo ancora un collegamento alla rete, potrebbero decidere di fornirsi di questo servizio, nonché quegli operatori di telefonia o ISP che non fornendo ancora il servizio possano comunque voler comunque entrare nel mercato, l'Autorità ritiene che l'impatto su di essi possa essere assimilato, di conseguenza, a quello dei destinatari diretti della regolamentazione.

07A10574

AUGUSTA IANNINI, *direttore* GABRIELE IUZZOLINO, *redattore*

(G703254/1) Roma, 2007 - Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. - S.

GAZZETTA UFFICIALE
DELLA REPUBBLICA ITALIANA

CANONI DI ABBONAMENTO ANNO 2008 (salvo conguaglio) (*)

GAZZETTA UFFICIALE - PARTE I (legislativa)

			CANONE DI ABBONAMENTO	
Tipo A	Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi tutti i supplementi ordinari:			
	(di cui spese di spedizione € 257,04)	- annuale	€	**438,00**
	(di cui spese di spedizione € 128,52)	- semestrale	€	**239,00**
Tipo A1	Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi i soli supplementi ordinari contenenti i provvedimenti legislativi:			
	(di cui spese di spedizione € 132,57)	- annuale	€	**309,00**
	(di cui spese di spedizione € 66,28)	- semestrale	€	**167,00**
Tipo B	Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata agli atti dei giudizi davanti alla Corte Costituzionale:			
	(di cui spese di spedizione € 19,29)	- annuale	€	**68,00**
	(di cui spese di spedizione € 9,64)	- semestrale	€	**43,00**
Tipo C	Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata agli atti della CE:			
	(di cui spese di spedizione € 41,27)	- annuale	€	**168,00**
	(di cui spese di spedizione € 20,63)	- semestrale	€	**91,00**
Tipo D	Abbonamento ai fascicoli della serie destinata alle leggi e regolamenti regionali:			
	(di cui spese di spedizione € 15,31)	- annuale	€	**65,00**
	(di cui spese di spedizione € 7,65)	- semestrale	€	**40,00**
Tipo E	Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata ai concorsi indetti dallo Stato e dalle altre pubbliche amministrazioni:			
	(di cui spese di spedizione € 50,02)	- annuale	€	**167,00**
	(di cui spese di spedizione € 25,01)	- semestrale	€	**90,00**
Tipo F	Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi tutti i supplementi ordinari, ed ai fascicoli delle quattro serie speciali:			
	(di cui spese di spedizione € 383,93)	- annuale	€	**819,00**
	(di cui spese di spedizione € 191,46)	- semestrale	€	**431,00**
Tipo F1	Abbonamento ai fascicoli della serie generale inclusi i supplementi ordinari con i provvedimenti legislativi e ai fascicoli delle quattro serie speciali:			
	(di cui spese di spedizione € 264,45)	- annuale	€	**682,00**
	(di cui spese di spedizione € 132,22)	- semestrale	€	**357,00**

N.B.: L'abbonamento alla GURI tipo A, A1, F, F1 comprende gli indici mensili
Integrando con la somma di € 80,00 il versamento relativo al tipo di abbonamento alla *Gazzetta Ufficiale* - parte prima - prescelto, si riceverà anche l'**Indice Repertorio Annuale Cronologico per materie anno 2008.**

CONTO RIASSUNTIVO DEL TESORO

Abbonamento annuo (incluse spese di spedizione) € **56,00**

PREZZI DI VENDITA A FASCICOLI
(Oltre le spese di spedizione)

Prezzi di vendita:		
serie generale	€	1,00
serie speciali (escluso concorsi), ogni 16 pagine o frazione	€	1,00
fascicolo serie speciale, *concorsi*, prezzo unico	€	1,50
supplementi (ordinari e straordinari), ogni 16 pagine o frazione	€	1,00
fascicolo Bollettino Estrazioni, ogni 16 pagine o frazione	€	1,00
fascicolo Conto Riassuntivo del Tesoro, prezzo unico	€	6,00

I.V.A. 4% a carico dell'Editore

5ª SERIE SPECIALE - CONTRATTI ED APPALTI

(di cui spese di spedizione € 127,00)	- annuale	€	**295,00**
(di cui spese di spedizione € 73,00)	- semestrale	€	**162,00**

GAZZETTA UFFICIALE - PARTE II

(di cui spese di spedizione € 39,40)	- annuale	€	**85,00**
(di cui spese di spedizione € 20,60)	- semestrale	€	**53,00**

Prezzo di vendita di un fascicolo, ogni 16 pagine o frazione (oltre le spese di spedizione) € 1,00
I.V.A. 20% inclusa

RACCOLTA UFFICIALE DEGLI ATTI NORMATIVI

Abbonamento annuo	€	**190,00**
Abbonamento annuo per regioni, province e comuni - SCONTO 5%	€	**180,50**
Volume separato (oltre le spese di spedizione)	€	18,00

I.V.A. 4% a carico dell'Editore

Per l'estero i prezzi di vendita, in abbonamento ed a fascicoli separati, anche per le annate arretrate, compresi i fascicoli dei supplementi ordinari e straordinari, devono intendersi raddoppiati. Per il territorio nazionale i prezzi di vendita dei fascicoli separati, compresi i supplementi ordinari e straordinari, relativi ad anni precedenti, devono intendersi raddoppiati. Per intere annate è raddoppiato il prezzo dell'abbonamento in corso. Le spese di spedizione relative alle richieste di invio per corrispondenza di singoli fascicoli, vengono stabilite, di volta in volta, in base alle copie richieste.

N.B. - Gli abbonamenti annui decorrono dal 1° gennaio al 31 dicembre, i semestrali dal 1° gennaio al 30 giugno e dal 1° luglio al 31 dicembre.

RESTANO CONFERMATI GLI SCONTI IN USO APPLICATI AI SOLI COSTI DI ABBONAMENTO

ABBONAMENTI UFFICI STATALI
Resta confermata la riduzione del 52% applicata sul solo costo di abbonamento

* tariffe postali di cui al Decreto 13 novembre 2002 (G.U. n. 289/2002) e D.P.C.M. 27 novembre 2002 n. 294 (G.U. 1/2003) per soggetti iscritti al R.O.C.